



3 1761 11553634 4



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115536344>



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Government
Publications

2

Value for Canadians

CA1
FCA
- A56



ANNUAL REPORT
2004 – 2005



OUR MISSION

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.



Contact information

To request additional information, make comments or obtain further copies of this publication, please contact FCAC.

Telephone 1-866-461-3222 (toll-free)
(Consumer Contact Centre)

Fax 1-866-814-2224 (toll-free)

E-mail
for information info@fcac.gc.ca
for publications pub@fcac.gc.ca
for media requests media@fcac.gc.ca

Web site www.fcac.gc.ca

Postal address
Financial Consumer Agency of Canada
Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No.: FC1-2005

ISBN: 0-662-69071-0



Contents

Letter from the Commissioner	3
The year in review	
Overview	8
Consumer Education and Public Affairs Branch	10
Compliance and Industry Relations Branch	18
Value for Canadians	
Issues that concern Canadians	23
Addressing Canadians' concerns	40
FCAC's operations	42
FCAC's performance	46
Financial statements	52
List of charts, tables and figures	67
Appendices	
A: Glossary	69
B: Consumer provisions and regulations / Status of current regulations	72
C: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC	77



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

September 23, 2005

The Honourable Ralph Goodale, P.C., M.P.
Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Dear Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2004, to March 31, 2005, its third full year of operation.

Yours truly,

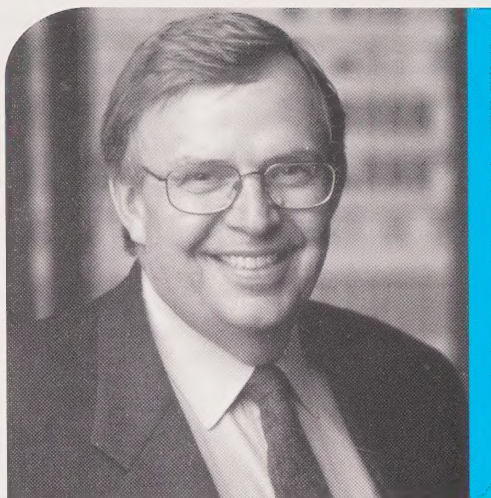
William G. Knight
Commissioner

Letter from the Commissioner

March 31, 2005, marked the end of the Financial Consumer Agency of Canada's third full year of operation. The past three years have been an important period, during which we worked to build a strong and effective agency from the ground up. Now we are moving into a new phase: we have an established organization with a clear understanding of the needs of Canadian consumers.

Drawing on our experience, we have better defined the Agency's role as a regulator of market conduct in the federally regulated financial services sector. And with three full years behind me as the first Commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada, today I am able to comment on market conduct in the sector, and what it means to Canadian consumers.

As they participate in an increasingly complex financial marketplace, consumers face considerable challenges. In such a marketplace, clear and accurate consumer information is essential to making informed choices, as is appropriate market conduct. As a market conduct regulator, our job is to ensure that all participants in the system have the information they need. A fundamental cornerstone of an effective market conduct system is, in consequence, proper disclosure.



The Financial Consumer Agency of Canada was created by Parliament to protect Canadian consumers, and to ensure that they have the information they need to actively participate in and strengthen the financial services marketplace. With our dual mandate to protect and inform, we fulfill an important function that is indispensable to a healthy, competitive and fair marketplace.

I am proud of what we have achieved in providing Canadians with information that was previously unavailable or difficult to obtain. Following are some of the outstanding accomplishments, issues and goals that marked the past fiscal year.

During 2004–05, the Financial Consumer Agency of Canada broke new ground by identifying consumer information gaps and creating new tools to fill those gaps.

In December 2004, for example, the Agency launched an on-line branch-closure database; this contains dates and locations of more than 700 Canadian bank branch closures dating back to February 2002. While the information on such closures had been previously disclosed by the banks through their annual Public Accountability Statements, this was the first time that all the details had been assembled and made available to consumers in one place and in real time. It is also the first time that the information has been housed in a searchable database. Consumers are not the only ones to benefit from the accessibility of this information; researchers, consumer groups and other players in the financial marketplace can now identify areas that need financial services.

In March 2004, the Agency launched another first-ever tool: an on-line complaint-handling database. This gives consumers easy access to the step-by-step complaint procedures of any Canadian bank or federally regulated trust, loan or insurance company. Many institutions had procedures in place before the Agency came into being, but consumers had little help in determining what steps were involved, whom they should contact at each step, and what their alternatives were if they could not resolve a dispute with their financial institution by internal means. For the first time ever, consumers now have an up-to-date, interactive tool to help them navigate the complaint-handling process of any of the federally regulated financial institutions in Canada.

In addition to these interactive consumer resources, the Financial Consumer Agency of Canada is breaking ground in other significant ways. In 2003-04, the Agency began reviewing bank mortgage documents to determine whether the mortgage prepayment penalty clauses were clear and accurate. As a result of the review, in 2004-05 several banks took steps to ensure that their mortgage penalty clauses use clear language and include all the information needed by borrowers to determine such costs. Through our work with the industry in this area, consumers now receive much clearer disclosure information.

In my view, both the Agency and the industry must be transparent. When something goes wrong, the financial institutions involved should step forward and address the issue openly. With greater awareness of problems, consumers and the industry can identify inappropriate market conduct and work together in their own capacities to improve the system.

During 2004-05, I publicly named and assessed Administrative Monetary Penalties against two financial institutions that had not complied with federal consumer protection legislation. In November 2004, I announced that an institution had violated the *Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations* by failing to fully disclose in writing the nature and amount of the non-interest fee for changing the frequency of mortgage payments. In the second decision, I announced that another institution had violated the *Cost*

of Borrowing (Banks) Regulations by placing advertisements in its retail branches that indicated an interest rate on a mortgage without disclosing the term of the loan. I levied a penalty of \$50,000 in the case of the first institution and \$30,000 in the case of the second.

In addition to our work in the marketplace, the Financial Consumer Agency of Canada is striving to reach still more Canadians and improve our own best practices internally.

In October and November 2004, the Agency partnered with the Canada Revenue Agency and Social Development Canada in an initiative that brought information about banking rights and the benefits of direct deposit to more than 7 million Canadians. With the Financial Consumer Agency of Canada as the lead, the partners distributed information with all GST rebate, Child Tax Benefit, Old Age Security and Canada Pension Plan cheques. As a direct result, over 230,000 more beneficiaries signed up for direct deposit, a safer and faster way to receive their money.

Another notable event of this past fiscal year was my appearance before the Senate Standing Committee on Banking, Trade and Commerce. I was delighted to appear before the Committee and share with the Senators some of the important work the Agency is doing, along with the contributions we have made during the past three years. I also addressed some points raised by the Senators about significant issues facing Canadian financial consumers today, and I discussed the

information gaps that the Financial Consumer Agency of Canada may be able to fill in these areas. Some of the topics raised included payday loans, credit card solicitation practices and the growing problem of fraud linked to electronic banking.

Payday loans are a concern that I have highlighted since the first annual report of the Agency in 2001. The payday loans industry has been expanding remarkably quickly, and its services attract growing numbers of consumers. To ensure that consumers have ready access to clear and accurate information, the Agency has developed a brochure explaining the additional expense involved in using payday loans. The brochure also contains information about other short-term funding options offered by regulated financial institutions, such as lines of credit, bank loans and overdraft protection. With our partners, we will continue to explore the reasons behind the growth of payday loan companies so that we can best inform consumers about their choices.

To make sound decisions, consumers need information. That is why I will continue to monitor the solicitation practices of the industry in the area of credit cards. In the past year, financial institutions have offered credit cards with "rates as low as" rather than specifying the actual rates. In my view, this practice is not acceptable. Before they apply for a credit card, consumers must be told what the rate of interest will be. Without full disclosure, Canadians cannot shop around and make informed choices.

Consumers must also be aware not only of rates and fees, but of the risks they face with any financial service or product. As increasing numbers of Canadians turn to on-line banking, our job will be to ensure that consumers are aware of the risks involved.

The Agency will closely monitor new electronic or on-line products that offer consumers the option of paying for goods directly from their bank accounts. Next year, we will report to Parliament on the progress of a new public commitment made by the banks to protect consumers from fraud and unauthorized transactions that may result from using the on-line payment system.

During 2005-06, I hope to continue working with the industry and our partners on these and other important issues. In particular:

- We will complete the analysis of a "mystery shopping" exercise performed to gauge compliance with the *Access to Basic Banking Services Regulations*.
- With Social and Enterprise Development Innovations and with the Policy Research Initiative, we will co-host the first-ever national symposium on the topic of financial capability.

- We will continue to work with our international colleagues on sharing best practices as regulators of the financial services industry and its market conduct in each of our countries.

In closing, I would like to thank our partners, our stakeholders and the financial institutions we regulate for their ongoing cooperation and responsiveness.

I also thank my staff for the tremendous energy and creativity they bring to their work. Through their dedication to the vision of the Agency and their commitment to protecting consumers, they continue to be a source of inspiration.



William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

THE YEAR IN REVIEW

01



Overview

At the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC), our work is guided by our vision of a fair and competitive financial marketplace in which Canadians can easily obtain reliable information to help them make sound financial decisions. After three full years of operation, the Agency has reached a state of development that affords it a clear understanding of the needs of Canadian financial consumers and allows it to function effectively as a regulator of market conduct.

MAKING A DIFFERENCE TO CONSUMERS

FCAC works proactively to inform Canadians about financial matters. Through our oversight and monitoring of the federally regulated financial services industry, we improve the marketplace for consumers.

During 2004–05, we continued to use a wide range of methods to tell Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace. We distributed more than 500,000 copies of our consumer publications, in print as well as through our Web site. We also upgraded the Web site, adding to it two new databases designed to keep consumers informed.

Over the year, we expanded our ongoing plain-language initiatives. We updated our plain-language publications on the *Access to Basic Banking Services Regulations*. With other government departments, we worked to help Canadians with low levels of literacy understand their financial rights.

In addition, our work on informing consumers involved mortgage document improvements, consumer fraud alerts, service-fee monitoring, outreach through trade shows and conferences, and participation in international forums on market conduct regulation.

LISTENING TO CANADIANS

An ongoing FCAC priority is listening to consumers and responding to their concerns. As a result of our outreach initiatives, the Consumer Contact Centre handled 26,145 telephone calls in 2004–05. This was a startling increase of 69 percent over the previous year and more than double the number handled during 2002–03, our first year of operation.

Information collected from consumer contacts helps FCAC to update and improve the “Questions and Answers” section of our Web site—an increasingly comprehensive source of current financial consumer information.

We also continue to monitor what consumers think about our Contact Centre service. We will conduct a survey examining consumer satisfaction with the service during 2005–06.

REGULATING MARKET CONDUCT

Openness and disclosure are essential tools in keeping consumers informed. Transparency also reminds financial institutions that they are under scrutiny. For these reasons, we publish the Commissioner's major decisions on the FCAC Web site. By such means the Agency exerts a clear influence on the behaviour and responsiveness of financial institutions.

The Compliance and Industry Relations Branch undertook several other initiatives in 2004–05, including a mystery shopping exercise on access to basic banking and an update of the compliance framework.

DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

FCAC is a relatively new organization. As we develop our programs, we continue to cover matters never dealt with before. Previously, several federal entities shared responsibility for overseeing the financial sector; when the Agency formed, multiple responsibilities were

consolidated within FCAC's mandate, making oversight much more effective. An overall compliance framework now guides federally regulated financial institutions on how to respond to problems of compliance with consumer-oriented provisions. As a regulator of market conduct, the Agency systematically monitors compliance.

These are a few of the ways in which FCAC is having an impact on Canada's financial services sector and consumers. We will continue to build on our foundations to meet Canadians' demand for information and assistance as they participate daily in the financial marketplace.



During 2004–05, we continued to use a wide range of methods to tell Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace. We distributed more than 500,000 copies of our consumer publications, in print as well as through our Web site.

Consumer Education and Public Affairs Branch

INFORMING CANADIANS

During 2004–05, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch maintained its focus on giving Canadians the information they need to function effectively in the financial marketplace.

The Branch's proactive approach provides unique value for all Canadians. We furnish consumers with independent, objective information about a variety of financial products and services, and also about appropriate market conduct in the financial sector. FCAC has introduced new tools, such as the branch-closure database and the complaint-handling database; these further empower Canadians by providing timely and useful information. We promote the use of plain language in the financial services industry to make information easy to understand, and we disseminate it in creative, cost-effective ways through our outreach initiatives.

Information products and tools for Canadians

Plain-language initiatives

- *Understanding the needs of lower-literacy Canadians*

According to the International Adult Literacy Survey, 22 percent of adult Canadians have serious problems comprehending any printed material at all. Another 24 percent are capable of only simple reading tasks.¹

To fulfill its mandate of protecting and informing consumers, FCAC works to help *all* Canadians—including those with lower literacy levels—understand the financial information given to them.

Since its beginnings, FCAC has been active in a variety of plain-language initiatives. The Agency has produced several plain-language publications for audiences with lower literacy levels. We have developed relationships with other plain-language organizations and have participated in targeted outreach opportunities.

As well, FCAC has focused on building internal expertise with plain-language communication by having FCAC staff attend literacy conferences, undergo specialized plain-language training and attend focus-testing sessions with lower-income, lower-literacy Canadians.

- *Focus testing*

During 2003–04, FCAC conducted focus groups to find out how lower-income and lower-literacy consumers reacted to two of the Agency's printed brochures: *Opening a Personal Bank Account* and *Cashing your Government of Canada Cheque for Free* (see *Annual Report 2003–2004*, p. 11). The testing helped the Agency understand how these consumers use and understand its materials, and how the information can be made more accessible for them.

¹ *Reading the Future: A Portrait of Literacy in Canada*, Statistics Canada, 1996.

In 2004–05, FCAC used the findings from the focus-testing sessions to revise and redesign its brochures. The response has been positive: one of the brochures, *Cashing your Government of Canada Cheque for Free*, was recently selected to be a core publication in Service Canada offices across the country.

Along with Human Resources and Skills Development Canada (HRSDC), in February and March 2005 FCAC participated in a new round of focus testing with lower-literacy Canadians.

The sessions tested a joint publication of the two organizations on Registered Education Savings Plans.

• *Working with the industry*

FCAC has entered into an agreement with MasterCard Canada to undertake a project improving the clarity of credit card disclosure documents. The project will examine 14 English and French solicitation/application forms and will evaluate the literacy level needed to understand them. The evaluation findings will guide the development of recommendations and revision of the forms.

Publications

- FCAC issued revised versions of its two plain-language publications: *Opening a Personal Bank Account* and *Cashing your Government of Canada Cheque for Free*.

- In view of the popularity of FCAC's on-line guide, *The ABCs of Mortgages*, the Agency issued a print version. The guide covers:

- understanding mortgages;
- consumers' rights and responsibilities;
- applying for a mortgage; and
- the do's and don'ts of mortgages.

- During the past year, FCAC developed a brochure for consumers entitled *The Cost of Payday Loans*. Originally available in electronic format, the publication proved so popular that the Agency issued a print version. *The Cost of Payday Loans* helps consumers understand:

- payday loans and how they work;
- whether payday loans affect credit ratings;
- how to find out what a payday loan costs;

• *Collaboration with other plain-language experts*

FCAC maintains close relationships with external plain-language experts. Since 2003, an independent editorial board has reviewed the Agency's plain-language publications for readability. This approach continued during 2004–05.

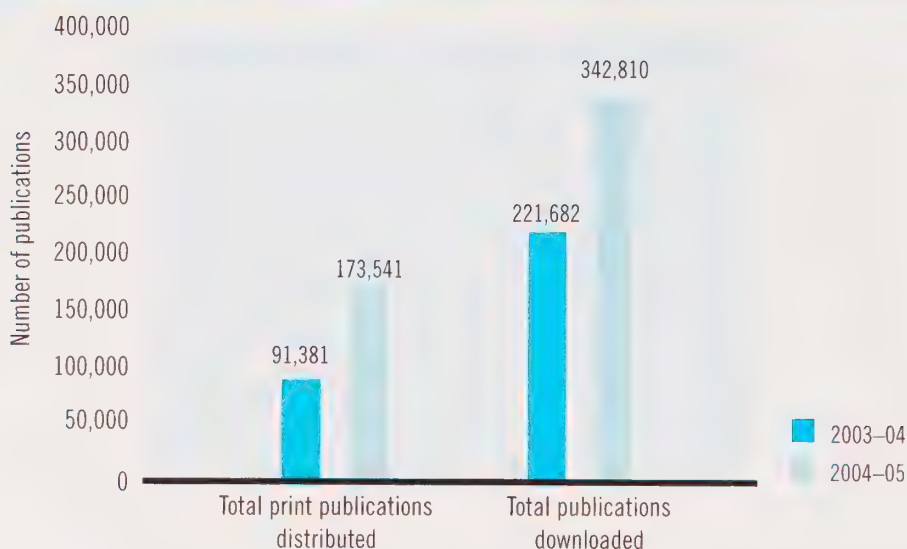
The Agency also works with the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français (FCAF). This organization has helped the Agency assess the literacy levels of our publications and has provided recommendations on how to make them more accessible to lower-literacy consumers.

FCAC staff have contributed to FCAF's "Towards Clearer Communications" forums across Canada (see p. 14) by sharing our focus-testing findings with other plain-language experts.

- how the cost of a payday loan compares with that of other credit products; and
- how to prevent problems and save money.

Chart 1 shows the distribution of FCAC publications during 2004-05. Including both print publications and electronic downloads, the total volume increased by 61 percent from 2003-04.

Chart 1: Distribution of FCAC publications¹



¹ Not included in the number of publications downloaded are 14,880 downloads of documents that were authored by FCAC but not originally intended for release to the public, such as FCAC's *Compliance Framework*.

Surveys and studies

- In February 2005, FCAC hired an independent research company, Ipsos-Reid, to determine:
 - why consumers might not have a chequing or savings account;
 - why consumers use payday loan services or cheque-cashing outlets;
 - whether consumers had been turned down when applying to open an account and whether they knew why they had been refused; and
 - consumers' level of familiarity with the Agency.

FCAC will use the survey findings to help build consumers' financial knowledge and awareness of their rights and focus outreach activities.

- During 2004-05, FCAC staff carried out a service-fee monitoring study and prepared a report on changes in banking service fees. The study's objective was to better understand the trends related to retail banking service fees in Canada from June 2001 to June 2004. Trends were identified at the national and provincial levels, as well as by individual institution. FCAC will update the study in 2005-06.

Web site resources

During 2004–05, the FCAC Web site averaged close to 1,300 visitors per day, almost doubling the daily average for the previous year (see **Table 1**). There were more than 450,000 visits to the site during the year, up from 254,854 in 2003–04. The annual number of visits to the Web site has more than tripled since our first full year of operation in 2002–03.

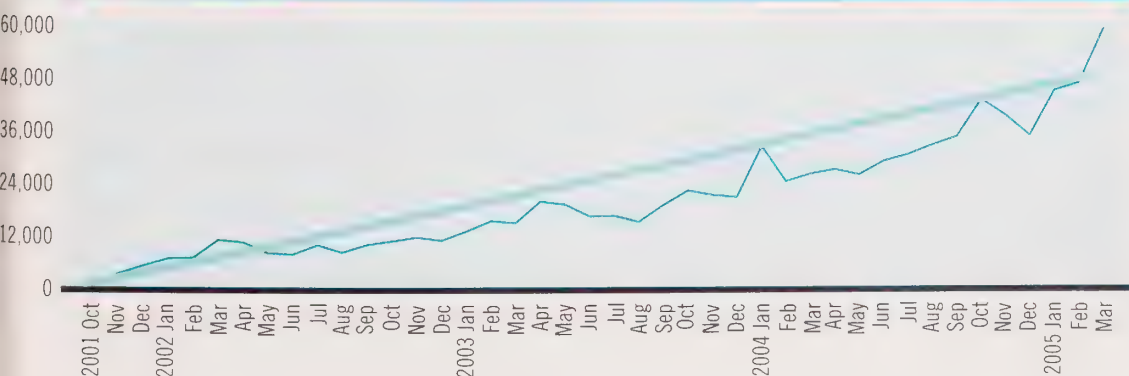
Visits to the Web site peaked at 59,612 in March 2005, at least partly as a result of the advertising campaigns in that month. The FCAC publication most frequently downloaded was *Credit Cards and You*, followed by the brochures (both old and new versions) describing Canadians' rights when opening a bank account. In all, there were 342,810 downloads from the Web site during 2004–05.

Table 1: FCAC Web site usage

	2002–03	2003–04	2004–05
Number of visits ¹	132,197	254,854	458,253
Average number of visits per day	362	696	1,300
Number of visits to FCAC quizzes	—	6,593	11,652
Number of visits to Cost of Banking tool	—	14,744	7,492

¹ The number of visits is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than 30 minutes, the visit is considered to be terminated. If the visitor continues to browse the site after being idle for more than 30 minutes, a new visit is counted.

Chart 2: FCAC Web site visits per month, since launch



FCAC complaint-handling database

Launched in March 2005, the complaint-handling database is a Web-based tool that helps consumers find and understand the complaint-handling procedures for specific financial institutions. Users can search by type of financial institution or by the name of a bank, insurance company, loan company, retail association or trust company.

FCAC branch-closure database

With the on-line branch-closure database, consumers can view branch closures by date, location or financial institution. They can also find the location of branches to which their accounts have been moved.

On-line guides and tools

In March 2005, we updated and reissued two of our major on-line publications, *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*. A comprehensive guide, *Credit Cards and You* helps consumers compare the various credit cards available in Canada, as well as the service fees that apply to certain transactions. The *Cost of Banking Guide* helps consumers find the banking service packages that best suit their needs.

Commissioner's decisions

To meet its objectives of transparency and disclosure, in 2004–05 FCAC again posted the Commissioner's final decisions on compliance cases on the FCAC Web site.

Questions and Answers

The "Questions and Answers" section of FCAC's Web site is one of Canada's most extensive consumer resources for information about financial issues. During 2005–06, FCAC will revise the "Questions and Answers" user interface to make it more user-friendly.

Outreach

As a relatively small organization, FCAC must work hard to deliver information to Canadians. With unstinting support from our partners, the Agency's outreach work has been gaining in scope, specialization and sophistication.

Plain-language outreach

- FCAC participated in "Towards Clearer Communications"—a project organized by the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. The project involved cross-Canada forums to raise awareness of the benefits of plain language when communicating to the public at large. By participating in the forums, we shared our experience in creating documents for people with low levels of literacy.
- In a series of pilot workshops, FCAC representatives used our freshly completed "Train the Trainer" manual to provide information about the Agency and the *Access to Basic Banking Services Regulations*. Promoting plain-language principles, the manual was designed to be accessible to newcomers and Canadians with lower levels of literacy.

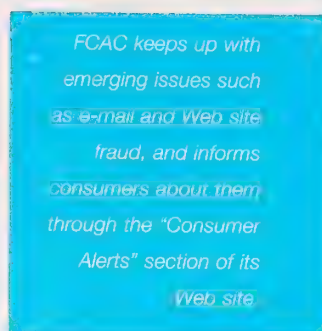
The 26 workshops were held in Toronto at YMCAs, adult day schools, adult co-op centres and employment centres. The target audiences were new Canadians, landed immigrants and novice investors. The workshops reached more than 790 people directly during 2004–05.

- FCAC and HRSDC jointly mounted a National Homelessness Initiative pilot project. FCAC organized workshops for service providers who deal with at-risk and homeless people in the Kitchener-Waterloo and Cambridge areas. The three workshops supplied information to 32 service providers and 20 at-risk individuals.

Cheque inserts

Through partnerships with the Canada Revenue Agency and Social Development Canada, during 2004–05 FCAC reached 7.5 million consumers. We distributed to them information about consumers' rights to a bank account, access to low-fee accounts and the direct-deposit option for federal government cheques.

The information was inserted in mailings of all GST rebate, Child Tax Benefit, Old Age Security and Canada Pension Plan cheques issued in October and November 2004. As a result, more than 230,000 Canadians switched to direct deposit for their GST and Child Tax Benefit cheques. This gave them a safer and faster means of getting their money, while lowering costs for taxpayers.



Consumer alerts

FCAC keeps up with emerging issues such as e-mail and Web site fraud, and informs consumers about them through the "Consumer Alerts" section of its Web site. This year, the Agency issued alerts on topics such as fraudulent "phishing" e-mails and viruses. It also provided information for Jetsgo customers who had purchased tickets with their credit cards.

Presentation to staff of Members of Parliament

FCAC organized a one-hour, bilingual presentation for MPs' staff who deal with constituents. Entitled "Parliament and FCAC: Helping Canadian Financial Consumers," the presentation introduced FCAC and explained its role and mandate. Many MPs' constituency offices now carry FCAC publications for distribution to the public.

Financial Forums

Since 2003, FCAC has attended the Financial Forum Investor Conferences and Exhibitions, sharing space with the Canada Deposit Insurance Corporation. The events are an opportunity to make Canadian investors more

aware of the Agency. Forums were held in early 2005 in Toronto and Vancouver, together attracting approximately 6,000 participants.

International Forum on Financial Consumer Protection and Education

The FCAC Commissioner attended the second meeting of the International Forum on Financial Consumer Protection and Education, held in Ireland in October 2004. At the Forum meeting, more than 17 member countries shared information on consumer protection and consumer awareness of the financial services sector.

Canada Pavilion

At the 2004 Festival of Lights in Charlottetown, FCAC participated in the Canada Pavilion, offering the 19,000 festival-goers an introduction to the Agency. Funded by Public Works and Government Services Canada, each summer the touring pavilion showcases federal government organizations at venues across the country. During the coming year, FCAC will reach even more Canadians by participating in a larger number of such shows in cities all over Canada, broadening the scope of its outreach and achieving a much greater public presence.

Advertising

In March 2005, FCAC ran "Connect to the Source," a bilingual advertising campaign intended to raise Canadians' awareness of the services offered by the Agency. The campaign covered major cities across Canada through a variety of print and on-line media, including the popular Web site www.canoe.ca. Some 6.95 million consumers were reached through the print media and more than 1.2 million through the Internet.

Consumer Contact Services

Consumer Contact Services (CCS) is responsible for managing all communications that FCAC receives from consumers, whether by telephone, e-mail, letter or personal visit. CCS is often the first point of contact between a consumer and the Agency. Its highly trained staff ensure that:

- consumers are treated properly and professionally;
- consumers' inquiries or complaints are assessed correctly;
- the right information is provided promptly; and
- each consumer's issue is assigned appropriately within FCAC for handling.

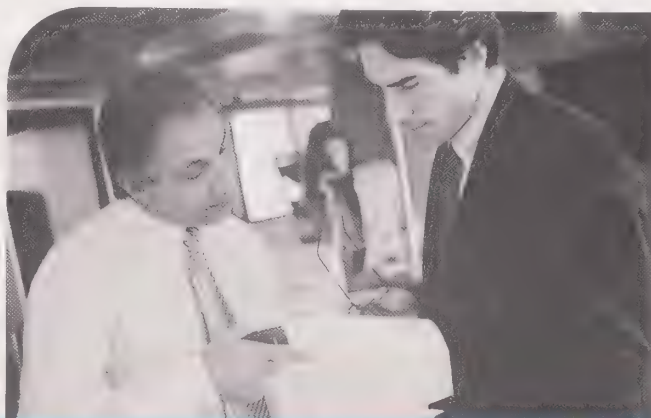
Most Canadians contact FCAC through the toll-free telephone number maintained by the Consumer Contact Centre. Centre representatives answer questions and offer assistance in both official languages from 8:30 A.M. to 6:00 P.M., Eastern time, Monday through Friday. Callers may leave a message after hours, on weekends and on statutory holidays. Their messages are answered on the next business day.

For more details about Consumer Services operations, see p. 49.

Media relations

FCAC considers the media a key channel for giving the public access to important financial information. During 2004–05, the Agency responded to many calls from journalists seeking information about the issues faced by financial consumers. As a result, FCAC received more than 200 media mentions, enabling us to reach over 20 million Canadians with vital information about the financial marketplace.² This type of coverage is by far the most cost-effective way for FCAC to inform Canadians about their rights and raise their awareness of the Agency.

In coverage of FCAC, the top three issues that the media wrote about were credit card problems, service fees, and two major Commissioner's decisions publicly naming FirstLine Mortgages and the Laurentian Bank as having violated federal legislation that protects financial consumers.



Looking forward

During 2006–07, the Consumer Protection and Financial Services Branch will continue to focus on providing Canadians with understandable consumer information. We will highlight important rights and issues for consumers, such as the Access to Basic Banking Service Regulations and how these regulations safeguard their rights to essential banking services.

A second focus will be on promoting a better definition of the issue of “financial capability” as it relates to Canadians, and on fostering consumers’ ability to handle their money.

Finally, as mentioned previously, we will continue to work with our partners to ensure that Canadians are better informed about their rights and responsibilities. We will continue to work with our partners to ensure that Canadians are better informed about their rights and responsibilities. We will continue to work with our partners to ensure that Canadians are better informed about their rights and responsibilities.

Finally, through meeting us well in new partners, we will continue our outreach work to inform Canadians about their rights and to tell consumers about FCAC and how they can benefit from our services.

² FCAC calculates its overall media “impressions” by adding up the circulation numbers of the various media in which the Agency was mentioned. In some cases, it was not possible to ascertain the circulation numbers for certain media, in which case nothing was added to the overall total.

Compliance and Industry Relations Branch

PROTECTING CONSUMERS

FCAC's Compliance and Industry Relations Branch monitors and enforces the legislation that protects consumers when they deal with financial institutions. On finding an institution to be in violation of a consumer provision, the Commissioner may implement one or more of the following enforcement measures: Letter of Reprimand, Compliance Agreement or Administrative Monetary Penalty.

Commissioner's major decisions

In November 2004, the Commissioner publicly announced that two federally regulated financial institutions had been found in violation of legislation that protects financial consumers. The Commissioner imposed fines totalling \$80,000 on these institutions.

- FirstLine Mortgages, a division of CIBC Mortgages Inc., was fined \$50,000 for violating paragraph 8(1)(q) of the *Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations*. The institution did not fully disclose in writing the nature and amount of the non-interest fee for changing the frequency of mortgage payments. As a result of FCAC's intervention, all FirstLine Mortgage customers were provided with a fee schedule.
- Laurentian Bank of Canada was fined \$30,000 for violating subsection 19(1) of the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. The bank had placed advertisements in its retail

branches that indicated an interest rate on a mortgage without disclosing the term of the loan, as required by the Regulations.

Immediately after FCAC's intervention, Laurentian Bank removed the advertisements from its branches. The bank also amended its internal policies on in-branch advertisements to ensure future compliance with the Regulations.

MBNA case

In March 2004, MBNA Canada Bank filed an application for judicial review and an appeal in the Federal Court of Canada against the decision by the Commissioner to issue a penalty of \$50,000 for a violation of subsection 11(1) of the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. The Commissioner had determined that the wording of credit card application forms indicating a "rate as low as" was in violation of the Regulations in that it failed to disclose an annual interest rate.

As a result of the bank's application for judicial review, the Court ordered the decision to be quashed, based on a procedural technicality. The court did not address the substance of the issue contained in the appeal. FCAC has since refined its case-processing procedures to take into account the decision of the Court and increase its efficiency in dealing with such situations in the future.³ The updated procedures will become effective during 2005-06.

³ For details of the decision of the Federal Court of Canada on this case, see: <http://decisions.fct-cf.gc.ca/fct/2004/2004fc1665.shtml>

Other decisions by the Commissioner

The following decisions by the Commissioner show how FCAC protects and informs consumers, and how it promotes transparency in the financial services industry. The decisions are representative of those published on the FCAC Web site in 2004–05. They involve cases in which the Commissioner made a final decision about a violation of regulations, or about non-compliance with a code of conduct or a public commitment.

- **Failure to provide a disclosure statement on a regular basis**

A consumer contacted FCAC to report that, although he had been carrying a balance on his credit card, he was not receiving disclosure statements. An investigation revealed that, for approximately 10 months, the bank had failed to provide the client with monthly statements as required by the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*. As a result, a Letter of Reprimand was issued, noting one violation against the bank.

The bank discovered that a “statement hold” message had been incorrectly placed on the client’s profile. After correcting the error for the client, the bank reviewed its internal procedures to ensure that statements are mailed to customers as required.

- **Failure to cash a federal government cheque**

A bank refused to cash a federal government cheque for a non-customer who presented valid identification and met the prescribed conditions set out by the *Access to Basic Banking Services Regulations*. The bank

subsequently failed to provide a written notice of refusal to the client. As a result, a Letter of Reprimand was issued, noting two violations against the bank.

In response to FCAC’s intervention, the bank enhanced the training course for new employees to place greater emphasis on the Regulations. It also distributed a message to all branch managers and employees, drawing attention to the requirements of the Regulations.

- **Failure to disclose charges and conditions**

An annual examination by FCAC revealed that a bank had failed to display and make available a written statement of the conditions for opening an account and cashing a federal government cheque, as required under the *Access to Basic Banking Services Regulations*. The bank had also failed to display and make available copies of a statement of the applicable charges for deposit accounts. A Letter of Reprimand was issued, noting three violations against the bank.

The bank subsequently entered into a Compliance Agreement with FCAC. The bank agreed to review all the relevant consumer provisions for all of its branches, to report to FCAC on how it was meeting each of the consumer provisions, to discuss any compliance deficiencies it identified and the corrective measures taken, and to comply with an on-site FCAC examination to ensure that the bank met its consumer obligations.

- **Refusal to open a retail deposit account**

Within a two-month period, FCAC received six complaints from consumers that various branches of a certain bank had refused to open a retail deposit account for them because of prejudicial information about them on their credit file. During the same period, FCAC also received a seventh, similar complaint reported by the bank itself.

The Commissioner noted that, under the *Access to Basic Banking Services Regulations*, prejudicial information on a consumer's credit history does not, by itself, constitute reasonable grounds for concluding that an account will be used for illegal or fraudulent purposes, nor will it automatically result in a refusal to open an account. The Commissioner therefore issued a Letter of Reprimand, noting seven violations against the bank.

FCAC's intervention caused the bank to re-examine and enhance its account-opening procedures. The bank also offered to open retail accounts for the consumers it had previously refused. It has not received any similar complaints since implementing the new procedures.

- **Request to vary the time and manner of branch closure notification**

As a result of construction problems at a new branch location intended to replace an existing branch, a bank failed to provide complete notices of branch closure for the closing branch to the Commissioner and to customers within the four-month time frame required by the *Notice of Branch Closure Regulations*.

However, the bank had made an effort to provide a partial notice to both customers and the Commissioner seven months before the proposed date of closure. The bank had also provided the Commissioner and customers with updates on the situation as information became available. In consequence, the bank's request to vary the time and manner of giving notice was granted.

Updating the compliance framework

During 2004–05, FCAC reviewed and updated its compliance framework. All of the Agency's proposed changes were presented to various industry and consumer associations for comment. In March 2005, the framework was updated with substantial changes and posted on the FCAC Web site.

Mystery shopping exercise

The *Access to Basic Banking Services Regulations* came into force as of September 30, 2003. During 2004–05, FCAC conducted a large-scale mystery shopping exercise to measure the banks' performance in complying with the new Regulations. Between November 2004 and March 2005, mystery shoppers visited numerous bank branches and attempted to cash a federal government cheque and/or open an account. They also collected brochures at each branch to verify disclosure of information. The results of the exercise will be analyzed during 2005–06.

Mortgage penalty disclosure

During 2003–04, FCAC reviewed the clarity of language used by seven banks in the disclosure of the prepayment penalty clause within mortgage documents. The Agency

examined more than 100 mortgage documents containing mortgage prepayment clauses in both English and French.

The review revealed common weaknesses and instances of potential non-compliance in the documents of five of the seven banks. During 2004–05, FCAC required the institutions involved to take corrective measures with respect to the prepayment clause. The banks accepted all of FCAC's suggestions. FCAC will be closely monitoring the implementation of these changes.

Debit card code

FCAC has a mandate to monitor the *Canadian Code of Practice for Debit Card Services* for federally regulated financial institutions. The code stipulates that, under certain conditions, consumers will not be held liable for unauthorized use of their debit card.

During 2004, the code was revised to clarify the procedures for addressing unauthorized transactions and other transaction problems. The revised version is scheduled for

implementation in September 2005. Once the revised code is in place, FCAC will continue to monitor how federally regulated financial institutions comply with it.

Annual examinations

In fall 2004, FCAC conducted its third annual general examination of all 424 federally regulated financial institutions to evaluate how they comply with applicable consumer provisions. FCAC found that the institutions were in overall compliance with the provisions. However, the Agency opened individual compliance cases where specific issues were raised.

Compliance Connection

This year the Branch continued to publish its quarterly newsletter for the financial services industry, entitled *Compliance Connection*. Among the topics covered were the review of the compliance framework, cheque holding regulations, and how to improve compliance with the *Access to Basic Banking Services Regulations*.

Looking forward

During 2005–06, FCAC will continue to monitor ongoing bank and consumer complaints

those involving the "rates as low as" marketing technique. Another focus will be emerging electronic banking issues, such as the question of who bears responsibility when an electronic transaction is flawed. We will also look closely at the issue of disclosure as

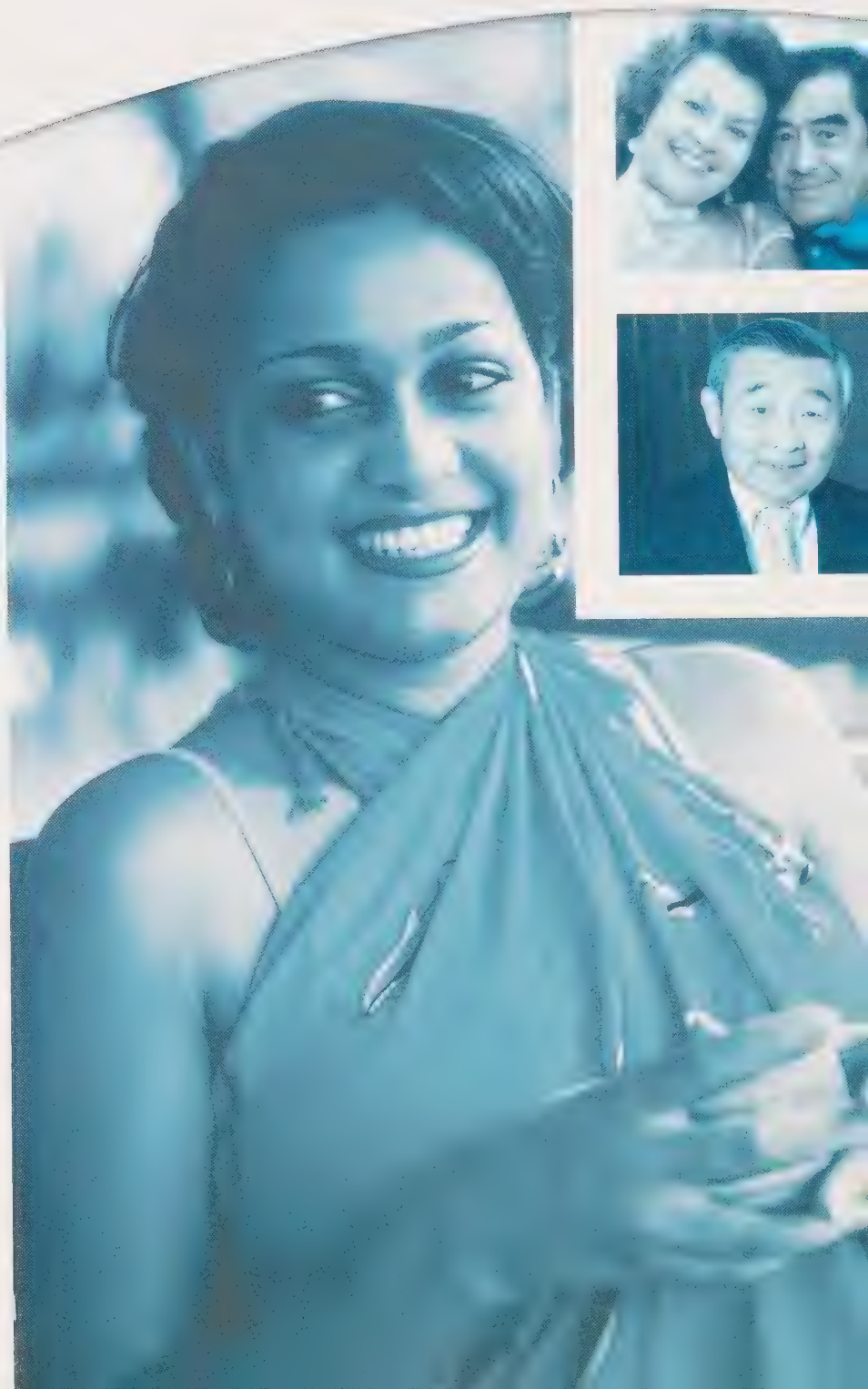
we continue to monitor developments with respect to the implementation of the new Access to Basic Banking Services Regulations.

In past years FCAC focused on consumers' problems with debit cards, and it will continue doing so in 2005–06. The year's mystery shopping exercise will examine the use of these cards.

02

VALUE FOR CANADIANS

FCAC provides a valuable service to Canadians by dealing effectively and efficiently with their concerns related to the financial marketplace.



Issues that concern Canadians

FCAC tracks a large volume of inquiries and complaints through its Consumer Contact Centre, through direct personal contacts, and through e-mail and regular mail. The following charts and tables show how and why Canadians contacted FCAC during 2004–05.

TOTAL NUMBER OF INQUIRIES AND COMPLAINTS RECEIVED

Table 2 shows the total number of inquiries and complaints received during the year, broken down by location. The majority of the persons who contacted FCAC and who also gave their locations were from Ontario, Alberta or Quebec.

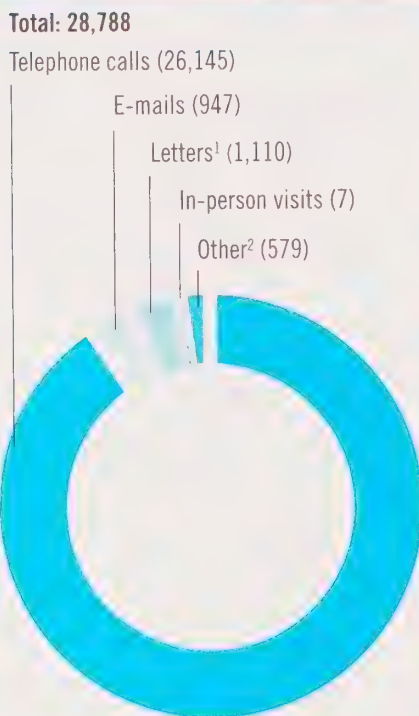
Table 2: Total contacts received by FCAC, by location, 2004–05

Location	Total
Alberta	2,966
British Columbia	1,813
Manitoba	1,121
New Brunswick	880
Newfoundland	409
Nova Scotia	818
Nunavut	18
Northwest Territories	29
Ontario	7,239
Prince Edward Island	71
Quebec	5,784
Saskatchewan	710
Yukon	15
USA	96
International, other than USA	74
Unknown ¹	6,745
Total	28,788

¹ The location was not indicated by the person contacting FCAC.

Chart 3 shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC. Of the 28,788 total consumer contacts, 90.8 percent were by telephone.

Chart 3: Total contacts received by FCAC, by source, 2004–05



¹ Includes letters, faxes and telephone calls that required a written response.

² Includes cases initiated by FCAC, and self-reported complaints from financial institutions.

Charts 4 and 5 show the inquiries and complaints FCAC received, by type of financial institution and by origin.

Chart 4: Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2004–05

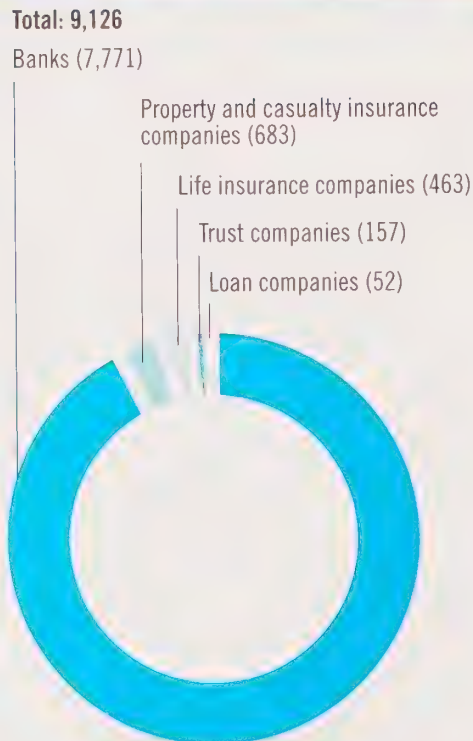


Chart 5: Contacts received by FCAC, by origin, 2004–05

Total: 28,788

Federally regulated financial institutions (9,126)

Non–federally regulated financial institutions (10,471)

FCAC's cheque-insert awareness campaign¹ (9,191)

¹ FCAC's cheque-insert campaign centred largely on consumers' rights when dealing with banks and/or trust companies. Many of the inquiries or contacts stemming from this initiative related directly to federally regulated financial institutions.



Of the 28,788 total consumer contacts received by FCAC, 90.8 percent were by telephone.

Table 3 shows the inquiries and complaints received by FCAC during the year, excluding compliance matters.

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,¹ 2004-05

Category	Complaints	Inquiries	Total
Accounts			
ABMs	53	40	93
Access to funds	58	40	98
Agreements	10	2	12
Bill payments (in-branch)	0	1	1
Charges	75	65	140
Cheques	305	1,110	1,415
Closed	48	16	64
Coercive tied selling	1	3	4
Collection	32	12	44
Debit cards	45	82	127
Direct deposits	4	882	886
Drafts or money orders	3	0	3
Fraud	15	27	42
Interest rates	4	7	11
Internet banking	13	10	23
Opening	106	487	593
Overdraft	21	7	28
Point-of-sale purchases	3	1	4
Pre-authorized debits	65	39	104
Privacy issues	90	116	206
Quality of service	71	12	83
Right of offset	67	61	128
Statements	1	0	1
Telephone banking	2	1	3
Transfers	1	2	3
Other	140	539	679
Subtotal	1,233	3,562	4,795
Credit Cards			
Applications	16	106	122
Bill payments	93	79	172
Cancellations	28	38	66
Changes to terms and conditions	17	11	28
Collection	218	63	281
Complaint-handling procedures	3	0	3
Convenience cheques	5	1	6
Debt management	6	11	17
Deposits	3	3	6

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,¹ 2004–05 (continued)

Category	Complaints	Inquiries	Total
Disclosure	0	1	1
Fees	52	53	105
Fraud	58	44	102
Insurance	49	95	144
Interest rates	64	68	132
Internet banking	2	1	3
Pre-authorized debits	2	0	2
Privacy issues	3	5	8
Quality of service	30	6	36
Solicitations	76	62	138
Transfer of balances	15	8	23
Other	127	438	565
Subtotal	867	1,093	1,960
Credit Reporting / Credit History			
Credit bureaus	119	764	883
Credit counselling	5	103	108
Subtotal	124	867	991
Financial Institutions			
Banknotes	7	11	18
Branch closures	108	150	258
Branches	1	1	2
Coins	0	1	1
Complaint-handling procedures	35	67	102
Contact information	2	11	13
Estate matters	42	57	99
Exchange rates	8	37	45
Legitimacy	0	16	16
Maximum interest rate	4	39	43
Quality of service	86	20	106
Regulatory	0	11	11
Safety deposit boxes	2	1	3
Subtotal	295	422	717
General Inquiries			
FCAC	0	7	7
Referrals to other departments or organizations	4	107	111
Regulations	7	423	430
Small/medium-sized enterprises	34	179	213
Other	720	11,033	11,753
Subtotal	765	11,749	12,514

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,¹ 2004-05 (continued)

Category	Complaints	Inquiries	Total
Insurance			
Car	26	30	56
General	5	14	19
Home	32	24	56
Life	11	19	30
Loan	0	1	1
Medical	1	0	1
Mortgage	0	1	1
Small/medium-sized enterprises	5	5	10
Not specified	362	560	922
Subtotal	442	654	1,096
Investments			
Canada Savings Bonds	3	16	19
Guaranteed investment certificates	6	2	8
Mutual funds	1	5	6
Pensions	1	9	10
Registered Education Savings Plans	13	39	52
Registered Retirement Income Funds	1	1	2
Registered Retirement Savings Plans	12	10	22
Not specified	393	904	1,297
Subtotal	430	986	1,416
Loans			
Car loans	41	207	248
Leases	8	24	32
Lines of credit	49	29	78
Mortgages	289	349	638
Payday loans	2	2	4
Personal loans	4	6	10
Student loans	45	181	226
Not specified	465	490	955
Subtotal	903	1,288	2,191
Grand total	5,059	20,621	25,680

¹ Also excluded are media contacts.

COMPLIANCE-RELATED INQUIRIES AND COMPLAINTS RECEIVED

The following tables present information about FCAC's contacts with Canadians regarding compliance with the consumer provisions and codes of conduct.

Table 4 shows FCAC's history of compliance contacts received since 2003–04. During 2004–05, the number of such contacts decreased by approximately 12 percent from the previous year.

Table 4: Total compliance contacts received, by category

	2003–04	2004–05
Codes of conduct and public commitments¹		
Complaints	268	220
Inquiries	44	9
Self-reported complaints ²	0	11
Consumer provisions		
Complaints	490	517
Inquiries	33	18
Self-reported complaints ³	334	418
Filings	395	176
Total	1,564	1,369

¹ For definitions of these terms, see Appendix A (Glossary).

² To date, the Commissioner has not exercised his right to require financial institutions to self-report complaints related to codes of conduct or public commitments.

³ For a definition, see Appendix A (Glossary).

Table 5 gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter. During 2004-05, 1,342 cases were opened; 1,142 were closed by the year's end.

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings¹

Consumer provisions	Cases pending at end of 2003-04	Cases opened during 2004-05	Cases closed during 2004-05	Cases pending at end of 2004-05
Accounts				
Disclosure of charges for account maintenance	1	0	1	0
Disclosure of charges for new or second accounts	0	5	4	1
Disclosure of charges	1	47	39	9
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	5	4	5	4
Disclosure of required information in written notice of refusal	0	1	0	1
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	1	1	1
General	0	1	1	0
Provision of account agreements and complaint procedures	0	4	3	1
Provision of advance notice for new and/or increased charges	0	78	68	10
Provision of written notice of refusal	1	8	6	3
Refusal to open — General	13	66	63	16
Refusal to open because of bankruptcy	6	6	11	1
Refusal to open because of credit history	32	60	60	32
Refusal to open because of lack of proper identification	7	31	33	5
Requirement of minimum deposit or balance to open account	0	2	2	0
Branch closures				
Provision of required notice	3	7	8	2
Request for public meeting ²	4	9	13	0
Request to vary notification requirements	0	2	2	0
Second request for public meeting	0	1	1	0
Coercive tied selling				
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	1	3	3	1
General	4	16	13	7

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings¹ (continued)

	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Consumer provisions				
Complaint procedures				
Establishment of complaint-handling procedures	1	1	2	0
Requirement for FRFI ³ other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization	3	69	12	60
Compliance of affiliate	2	2	3	1
Cost of borrowing — General	1	2	0	3
Credit cards				
Disclosure in plain language	0	1	0	1
Disclosure of changes to non-interest charges	0	1	0	1
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	4	24	23	5
Disclosure of cost of borrowing when issued	17	48	44	21
Disclosure of non-interest charges when issued	5	42	24	23
Disclosure of required information in monthly statements	7	15	18	4
Disclosure of required information in advertisements	0	2	1	1
Disclosure of required information in application forms	4	10	10	4
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	14	3	14	3
Disclosure relating to optional services	4	51	47	8
General	5	28	28	5
Provision of monthly statements ⁴	14	57	24	47
Request to keep a minimum balance	1	0	1	0
Disclosure of charges for services	2	4	4	2
Disclosure of cheque holding policy	0	34	28	6
Disclosure of interest rates — General	0	7	6	1
Disclosure of interest rates in advertisements	0	1	1	0
Examination — Institution-specific	0	1	0	1
Government of Canada cheques				
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	1	1	1
Fee charged for cashing	1	1	2	0
Provision of written notice of refusal	0	2	0	2
Refusal to cash	5	13	13	5
Index-linked deposits — Disclosure of required information	0	2	2	0

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings¹ (continued)

	Cases pending at end of 2003-04	Cases opened during 2004-05	Cases closed during 2004-05	Cases pending at end of 2004-05
Consumer provisions				
Lines of credit				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	0	6	3	3
Disclosure of cost of borrowing when issued	0	5	2	3
Disclosure of non-interest charges when issued	0	1	0	1
Disclosure of required information in advertisements	0	1	1	0
Disclosure relating to optional services	0	2	0	2
General	0	7	6	1
Provision of monthly statements	2	7	4	5
Loans				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	6	7	7	6
Disclosure of cost of borrowing when issued	0	5	3	2
Disclosure of non-interest charges when issued	0	2	1	1
Disclosure of required information following a missed payment	0	2	2	0
Disclosure of required information in advertisements	1	0	0	1
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	1	0	1
Disclosure relating to optional services	0	2	1	1
General	2	9	6	5
Provision of annual statements	0	2	2	0
Mortgages				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	5	7	8	4
Disclosure of cost of borrowing when issued	2	11	8	5
Disclosure of information relating to repayments, rebates or charges	9	50	48	11
Disclosure of non-interest charges when issued	1	2	3	0
Disclosure of required information following a missed payment	0	3	1	2
Disclosure of required information in advertisements	2	1	2	1
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	0	2	0	2
Disclosure provided within a specified time frame	0	1	1	0
Disclosure relating to optional services	1	5	4	2
General	0	11	8	3
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	2	2	4	0
Provision of Public Accountability Statement	0	7	1	6
Subtotal	203	935	771	367

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings¹ (continued)

Codes of conduct and public commitments	Cases pending at end of 2003–04	Cases opened during 2004–05	Cases closed during 2004–05	Cases pending at end of 2004–05
Codes of conduct				
Authorized insurance activities	2	12	10	4
Debit card code	14	63	56	21
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce	0	13	13	0
Small Business Banking Code of Conduct	3	14	15	2
Subtotal	19	102	94	27
Public commitments				
Accessibility of complaint procedures	2	24	22	4
Agreement to offer low-cost accounts	0	2	1	1
Credit cards — General	2	1	2	1
Credit cards — Zero liability	16	86	73	29
General	0	3	3	0
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	1	8	6	3
Undertaking on unsolicited services	1	5	5	1
Subtotal	22	129	112	39
	Filings pending at end of 2003–04	Filings opened during 2004–05	Filings closed during 2004–05	Filings pending at end of 2004–05
Filings				
Branch closures				
Provision of closure notice	8	83	86	5
Provision of closure notice — Less than 500 metres	0	24	23	1
Provision of notice for in-store, agency or satellite branches ⁴	1	9	9	1
Provision of notice for temporary closure ⁴	0	27	27	0
Provision of complaint-handling procedures by new institutions	4	18	13	9
Public Accountability Statements	0	12	7	5
Revised complaint-handling procedures⁴	0	3	0	3
Subtotal	13	176	165	24
Grand total 2003–04	139	1,437	1,322	254
Grand total 2004–05	257	1,342	1,142	457

1 Statistical data for 2003–04 are presented differently in last year's and this year's report. The discrepancy is the result of FCAC's new data-tracking system and the reclassification of some cases. The data-tracking system now allows classification of consumer contacts in greater detail. Broad categories such as "loans" have been broken down into more specific categories such as "mortgages" or "lines of credit." In order to be as accurate as possible, FCAC may also reclassify cases in which further investigation reveals that the complaint or inquiry relates more directly to a different issue from that originally identified

2 For a definition, see Appendix A (Glossary)

3 FRFI: federally regulated financial institution

4 These filings are not required by legislation, but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed

Table 6 shows how FCAC closed compliance cases for which action had been taken during 2004-05. The 26 closed cases involved

30 violations resulting in Letters of Reprimand, Compliance Agreements and (in two cases) Administrative Monetary Penalties.

Table 6: Compliance cases closed where action was taken, 2004-05

Consumer provisions	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decision
Accounts			
Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement ¹
Refusal to open because of bankruptcy	1	1	1 Letter of Reprimand
Refusal to open because of credit history	11	12	5 Letters of Reprimand
Refusal to open because of lack of proper identification	1	1	1 Letter of Reprimand
Branch closures			
Failure to meet filing requirements	3	4	1 Letter of Reprimand
Credit cards			
Failure to disclose cost of borrowing when issued	1	2	1 Letter of Reprimand
No monthly statement provided	1	1	1 Letter of Reprimand
Disclosure of charges	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement ¹
Federal cheques			
Fee charged to cash	1	1	1 Letter of Reprimand
Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	1	1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement ¹
Refusal to cash	2	3	2 Letters of Reprimand
Mortgages			
Failure to disclose fees when issued	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$50,000)
Failure to disclose required information in an advertisement	1	1	1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$30,000)
Total	26	30	

¹ The same Letter of Reprimand and Compliance Agreement were issued for these three cases.

Table 7 shows how many cases relating to the consumer provisions were closed during 2004–05, by type of disposition.

In total, 771 cases were closed. Of these, 26 involved violations.

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Accounts						
Disclosure of charges for account maintenance	1					1
Disclosure of charges for new or second accounts	4					4
Disclosure of charges	38		1			39
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	5					5
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>		1				1
General	1					1
Provision of account agreements and complaint procedures	3					3
Provision of advance notice for new and/or increased charges	62		6			68
Provision of written notice of refusal	3		3			6
Refusal to open — General	52		11			63
Refusal to open because of bankruptcy	7	1	3			11
Refusal to open because of credit history	33	11	16			60
Refusal to open because of lack of proper identification	30	1	2			33
Requirement of minimum deposit or balance to open account	2					2
Branch closures						
Provision of required notice	5	3				8
Request for public meeting			4	7	2	13
Request to vary notification requirements				1	1	2
Second request for public meeting				1		1
Coercive tied selling						
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	3					3
General	9		4			13

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004-05 (continued)

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Complaint procedures						
Establishment of complaint-handling procedures	2					2
Requirement for FRFI ¹ to be a member of a third-party dispute resolution organization	12					12
Compliance of affiliate	3					3
Credit cards						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	22		1			23
Disclosure of cost of borrowing when issued	43	1				44
Disclosure of non-interest charges when issued	24					24
Disclosure of required information in advertisements	1					1
Disclosure of required information in application forms	10					10
Disclosure of required information in monthly statements	17		1			18
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	13		1			14
Disclosure relating to optional services	46		1			47
General	27		1			28
Provision of monthly statements	22	1	1			24
Request to keep a minimum balance	1					1
Disclosure of charges for services	3	1				4
Disclosure of cheque holding policy	26		2			28
Disclosure of interest rates — General	5		1			6
Disclosure of interest rates in advertisements	1					1
Government of Canada cheques						
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>		1				1
Fee charged for cashing	1	1				2
Refusal to cash	9	2	2			13
Index-linked deposits — Disclosure of required information	2					2
Lines of credit						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	3					3
Disclosure of cost of borrowing when issued	2					2
Disclosure of required information in an advertisement	1					1
General	4		2			6
Provision of monthly statements	3		1			4

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05 (continued)

Consumer provision	Non-violation	Violation	Withdrawn	Not granted	Granted	Total number of cases closed
Loans						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7					7
Disclosure of cost of borrowing when issued	3					3
Disclosure of non-interest charges when issued			1			1
Disclosure of required information following a missed payment	1		1			2
Disclosure relating to optional services	1					1
General	5		1			6
Provision of annual statements	2					2
Mortgages						
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7		1			8
Disclosure of cost of borrowing when issued	7		1			8
Disclosure of information relating to repayments, rebates or charges	46		2			48
Disclosure of non-interest charges when issued	2	1				3
Disclosure of required information following a missed payment	1					1
Disclosure of required information in an advertisement	1	1				2
Disclosure provided within a specified time frame	1					1
Disclosure relating to optional services	3		1			4
General	6		2			8
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	4					4
Provision of Public Accountability Statement	1					1
Total	659	26	74	9	3	771

FRFI: federally regulated financial institution.

Table 8 shows how FCAC dealt with cases related to codes of conduct and public commitments during 2004-05. A total of 206 such cases were closed; the three major issues

were related to credit cards (zero liability), debit card codes and the accessibility of complaint procedures.

Table 8: Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments,¹ by type of disposition, 2004-05

	Compliance	Non-compliance	Withdrawn ²	Not a compliance matter ³	Total cases closed during 2004-05
Codes of conduct					
Authorized insurance activities	8	1	1	0	10
Debit card code	49	0	7	0	56
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce	13	0	0	0	13
Small Business Banking Code of Conduct	8	0	7	0	15
Public commitments					
Accessibility of complaint procedures	19	0	3	0	22
Agreement to offer low-cost accounts	1	0	0	0	1
Credit cards — General	2	0	0	0	2
Credit cards — Zero liability	63	3	7	0	73
General	2	0	0	1	3
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	2	0	4	0	6
Undertaking on unsolicited services	3	0	2	0	5
Total	170	4	31	1	206

¹ For definitions of these terms, see Appendix A (Glossary).

² Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with a review of the complaint.

³ After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.

Table 9 shows how FCAC handled complaints about branch closures during 2003–04 and 2004–05. During the latter year, there were only two cases in which the Commissioner required

a public meeting of FCAC, the bank and other interested parties in the community to discuss the closure.

Table 9: Matters related to branch closures

	2003–04	2004–05
Closure notices filed by financial institutions¹	371	143
Complaints received related to branch closures²	258	108
Requests to change the branch closure notice requirements		
Granted	4	1
Not granted	3	1
Pending	0	0
Received	6	2
Requests for public meetings on branch closures³		
Pending	4	0
Received	40	10
Withdrawn	6	4
Number of branches closing for which meeting requests were received, required or not required		
Branches for which meeting requests were received	18	9
Branches for which meetings were not required by the Commissioner ⁴	5	6 ⁵
Branches for which meetings were required by the Commissioner	10	2

¹ This is the total number of branch closure filings, including those not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

² These are complaints related to branch closures; the complainants did not request a meeting.

³ Some were multiple requests pertaining to the same branch.

⁴ Institutions will often voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

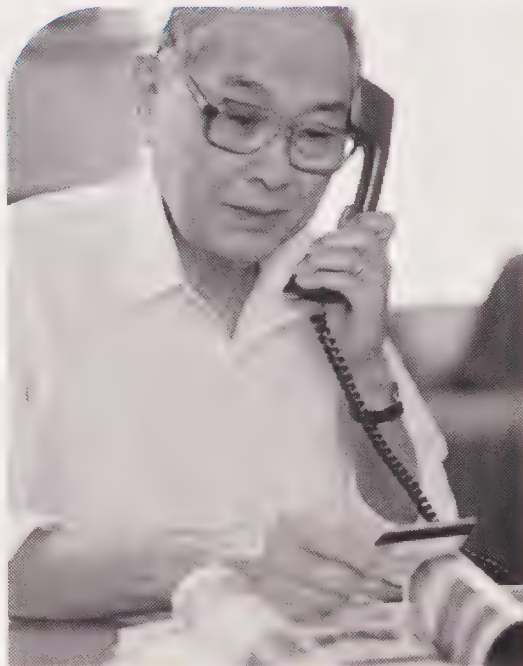
⁵ Includes a request for a second meeting subsequent to a meeting required by the Commissioner.

Addressing Canadians' concerns

HOW FCAC MANAGES A COMPLAINT

When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls within the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law. If more clarification of the matter is required, the complainant will receive a call back from FCAC within 48 hours.

If the complaint does involve a possible contravention of the law, an FCAC compliance officer will contact the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the complainant and the institution. At the same time, FCAC informs the consumer about the financial institution's complaint-handling procedures. If the matter is not within our mandate, we direct the complainant to the organization best equipped to deal with the consumer's issue.



When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls within the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law.

Figure 1: FCAC compliance case management process, as of March 31, 2005

Process

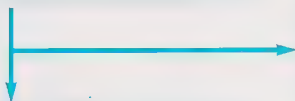
Potential outcomes

A compliance case is opened when:

- a consumer complaint is filed with FCAC;
- a potential compliance matter is voluntarily reported by a financial institution; or
- a potential compliance concern develops as a result of FCAC monitoring activities, including:
 - Agency examinations and inquiries,
 - FCAC mystery shopping surveys, and
 - consumer surveys or media reports.



An FCAC compliance officer is assigned to the case. The officer begins investigating and requests factual information from the complainant and/or the financial institution.



Determined not to be a compliance issue.
No further action.

The compliance officer provides facts and an analysis of the case in a compliance officer's report, with a recommendation on the compliance measure that the Commissioner should consider. A copy of the report is sent to the financial institution for comment.



Compliance measures may include:

- Letter of Reprimand
- Compliance Agreement
- Notice of Violation, with penalty
- Prosecution
- Restraining order

The Commissioner:

- considers the officer's report and the financial institution's comments;
- determines on reasonable grounds whether there is a violation; and
- if there is, applies an appropriate compliance measure.

FCAC's operations

OPERATIONAL ROLES AND RESPONSIBILITIES

Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is William G. Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, including taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising approximately 424 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The FCAC Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the FCAC

Commissioner advises on key consumer issues, offering important input for the policy advice that the committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfill this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders; and
- handling correspondence with consumers and operating a call centre (a joint venture with CDIC).

Compliance and Industry Relations Branch

The FCAC Compliance and Industry Relations Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*.

The consumer provisions are listed in Appendix B, p. 72. They deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;
- coercive tied selling;
- disclosing cheque holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- disclosing information about account charges and interest;
- producing Public Accountability Statements;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

The Branch also monitors compliance with voluntary codes of conduct and public commitments put in place by financial institutions or associations of institutions to protect consumers. The codes cover topics such as debit cards and credit relations with small businesses.

In addition, the Compliance and Industry Relations Branch is responsible for:

- investigating and responding to complaints relating to the consumer provisions that fall under any of the acts within FCAC's jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends;
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them; and
- promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are mystery shopping, consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

FCAC ensures compliance with legislation and regulations by applying administrative measures, imposing fines, or publicly disclosing the nature of a violation, the name of the offender and the amount of the monetary penalty imposed. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, the degree of intent or negligence, and the compliance history of the financial institution concerned.

To fulfill its mandate of maintaining productive relations with the financial services industry, FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the contacts take place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance issues, and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The ultimate purpose is to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. The backbone of this new compliance culture is unqualified cooperation on the part of the financial institutions.

Administrative Services Branch

The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as human resources, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and courier.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada for its technology and communications services.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

MODERN MANAGEMENT

Following an independent Comptrollership Capacity Assessment, FCAC established an action plan that described the activities, areas of responsibility, time frames and monitoring that would help improve the Agency's management processes. We then carefully scrutinized these opportunities in the context of FCAC's mandate, size, financial resources and maturity. As a result of these evaluations, we concentrated on making improvements in the following four categories.

1) Integrated performance information

During March 2004, FCAC worked with Consulting and Audit Canada to develop its Results-based Management and Accountability Framework (RMAF).

This includes:

- a "logic model," describing the FCAC program in terms of its planned activities, related outputs and intended outcomes;
- an evaluation strategy, presenting the evaluation issues, questions and data; and
- a reporting strategy.

The performance indicators and methodology employed in FCAC's evaluation strategy use existing data from our extensive, ongoing performance measurement. During 2004-05, we continued to enhance our data capture and tracking systems to ensure that the information collected will satisfy the requirements of the RMAF.

In addition, we adopted a performance measurement framework to serve as a guide for FCAC's projects, and to ensure that our projects help achieve FCAC's strategic goals. We also implemented financial coding for important projects so that we can produce cost-benefit analyses when and as we need them.

2) Human resources

During 2004-05, we expanded our annual employee survey to gauge FCAC staff's perception of various organizational issues and their level of satisfaction in relation to these issues.

To increase accountability and improve staff understanding of areas of responsibility, we used a risk-based approach to review and update FCAC's key policies, processes and procedures. The Compliance and Industry Relations Branch has now completed the update. For 2005–06, we are planning an independent review of the Branch's main activities and the frameworks, processes and procedures related to them.

We also developed information about FCAC's organizational values, including the obligations of management and staff, and we made this information available to all FCAC personnel.

3) Integrated risk management

In March 2005, we completed a preliminary corporate risk profile for FCAC. During the second quarter of 2005, we continued to develop FCAC's business process risk matrix to ensure that we have identified all risk categories, and have performed the necessary impact and control self-assessments.

Our 2005–07 business plan incorporates several activities that will help mitigate the risks identified in the preliminary corporate risk profile.

4) Rigorous stewardship

We established an Audit Committee with a specific charter, and established a memorandum of understanding with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI) for the provision of internal audit services.

We also produced a targeted internal audit plan for 2005–06, with the support of OSFI's Audit and Consulting Services. Once our business process risk matrix is complete, we will produce a balanced internal audit plan by September 2005. Our 2005–07 business plan includes several activities related to the targeted internal audit plan.

In other stewardship areas, we improved our capacity for reporting about FCAC's programs so that senior management will have the information needed to reinforce the decision-making process. We also carried out a travel and hospitality audit, and completed our physical inventory so that we can track and protect FCAC's assets.

FCAC's performance

During FCAC's first three years of operation, from late 2001 through 2004, our work sought to achieve three key operational results.

These were:

- to establish an agency managed transparently, efficiently and effectively;
- to establish education and information programs that empower consumers of financial services to make informed choices and decisions; and
- to institute a program of compliance and monitoring of financial institutions' legislated responsibilities, voluntary codes of conduct and public commitments related to protecting the interests of their consumers.

Following are our major performance achievements, broken down according to these three objectives.

Achievements related to establishing the Agency

In this area, we have:

- set up all administrative, informatics and operational services;
- hired a highly skilled and motivated workforce;
- implemented several best practices in support of modern management;
- established performance standards for our services;
- developed communications and consultation strategies to include the feedback and views of our stakeholders; and

- created a strategic planning process that involves participation by stakeholders.

Achievements related to establishing a framework for consumer education and information

In this area, we have:

- developed and produced more than 20 brochures, publications and electronic tools to provide a broad array of consumer information on financial topics, and distributed more than 400,000 of these publications from 2001 to 2004;
- developed an effective outreach program by establishing partnerships with federal departments, provincial agencies and non-governmental organizations, giving the Agency a national presence;
- developed a comprehensive Web site to provide consumers with information about their rights, and about the financial products and services they need; and
- developed a Results-based Management and Accountability Framework, with specific indicators to evaluate FCAC's programs.

Achievements related to ensuring that consumers' rights are protected by the Agency's compliance and monitoring program

In this area, we have:

- set up regular meetings and information exchanges with other federal organizations, and continue to work with them on specific projects;

- established a compliance framework and compliance procedures to ensure that federally regulated financial institutions respond to compliance problems related to the consumer provisions;
- invited the financial services industry to provide suggestions and comments on the compliance framework;
- published the results of our compliance activities in each of FCAC's annual reports to Parliament, and posted the Commissioner's decisions on FCAC's Web site; and

- put in place an internal system for monitoring compliance cases to ensure that all cases are closed within two years.

FCAC's impact on Canada's financial marketplace

Since its inception, FCAC has had a significant impact on Canada's financial marketplace, and on the consumers who use its services and products. **Figure 2** shows the Agency's growing influence and the extent of its impact on market behaviour, particularly on federally regulated financial institutions (FRFIs).

Figure 2: FCAC's impact on the Canadian financial marketplace

Item or issue	Progress made since FCAC's inception
<i>Federal oversight of the financial services sector as it relates to consumers</i>	Oversight responsibilities (previously dispersed among various organizations) have been consolidated at FCAC, with direct reporting to Parliament through the Minister of Finance. The result is that oversight has been considerably strengthened.
<i>Monitoring of regulations and self-regulations, as they relate to consumers</i>	FCAC developed a compliance framework to monitor how FRFIs comply with their obligations and commitments to consumers.
<i>Monitoring of FRFIs' actions as they relate to compliance issues</i>	Monitoring of compliance issues is now systematic and unified. FCAC works with FRFIs to ensure that consumers are informed when compliance problems arise, and that consumers are advised of their right to use their institution's complaint-handling procedures.
<i>Measurement of FRFIs' compliance with consumer provisions, codes of conduct and public commitments</i>	FCAC introduced measurement tools, such as annual examinations and mystery shopping exercises to verify FRFIs' compliance with consumer provisions, codes of conduct and public commitments. FCAC works with financial institutions to resolve any issues or concerns.
<i>Review of FRFIs' disclosure practices as they relate to consumers</i>	FCAC initiated two systematic reviews of industry disclosure practices and documents. Several institutions are now working to improve the quality of their disclosure to consumers.

Figure 2: FCAC's impact on the Canadian financial marketplace (continued)

Item or issue	Progress made since FCAC's inception
<i>Review of FRFIs' branch-closure filings</i>	Previously, there had been no requirement to file branch closure notices for formal review. To date, FCAC has reviewed hundreds of branch-closure filings to ensure that appropriate consultations took place between the banks and the communities they served. FCAC has also attended several branch-closure meetings, held on the instruction of the Commissioner, and has added a branch-closure database to its Web site to help consumers stay informed of these changes.
<i>Access to plain-language information about FRFIs' legal obligations to consumers, as well as objective information to help consumers compare and better understand certain financial products and services</i>	FCAC identified and filled consumer information gaps in the marketplace by creating and providing plain-language publications about financial products and services, and about consumers' rights when dealing with FRFIs.
<i>Access to a federal agency for consumers who want to report a problem with a financial institution or request information</i>	Previously, there had been no single access point for consumers who wanted to report a problem with an FRFI or request information about a financial service or product. Consumers now have toll-free telephone access to FCAC's Consumer Contact Centre to report a problem with their financial institution, or to obtain information about financial products and services. Consumers can also contact FCAC by e-mail, by regular mail or in person.
<i>Comparative data related to features and prices of financial products and services</i>	FCAC provides consumers with useful comparative data and easy-to-understand information about many financial products and services. This helps consumers benefit from a competitive marketplace.
<i>Questions and answers on financial products and services</i>	FCAC has developed one of Canada's most extensive question-and-answer resources about financial products and services. FCAC builds its question-and-answer database by analyzing information obtained through its consumer contacts. FCAC tracks and identifies issues of concern to Canadians on a regular basis.
<i>Reporting to Parliament on compliance and consumer issues</i>	Previously, reporting to Parliament on financial consumer issues had been fragmented. Through its Annual Report, FCAC provides Parliament with a consolidated view of compliance issues, as well as the leading issues and concerns raised by consumers.

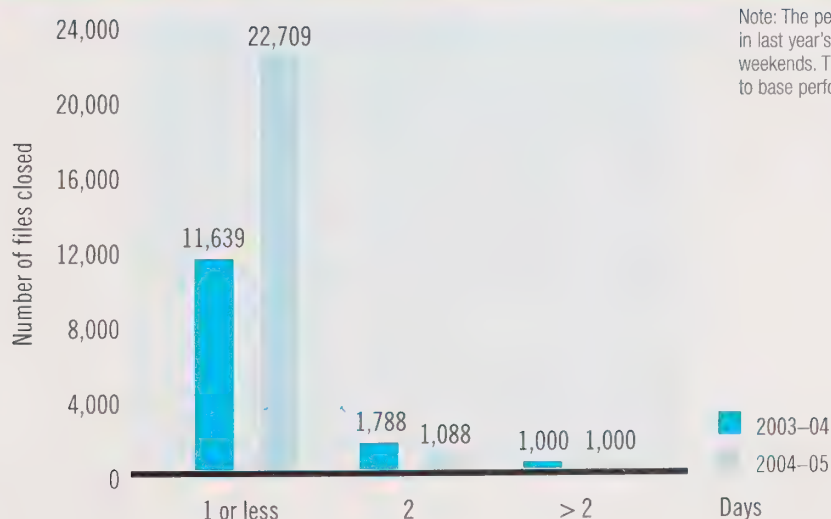
Consumer service performance

FCAC carries out statistical tracking of its service performance in three main areas: the Consumer Contact Centre; the Correspondence Unit; and the Compliance and Industry Relations Branch.

Consumer Contact Centre

During 2004–05, the Consumer Contact Centre handled 26,145 telephone calls, an increase of 69 percent over the previous year and more than double the number handled during 2002–03, our first year of operation. The average wait time for the vast majority of callers was less than 12 seconds. For further Consumer Contact Centre performance statistics, see **Chart 6**.

Chart 6: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre



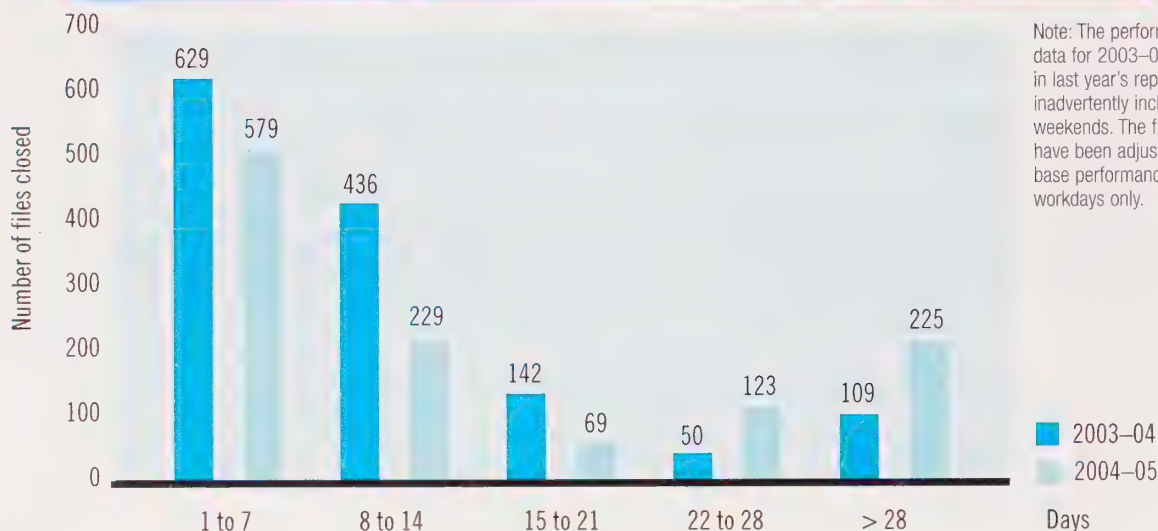
Note: The performance data for 2003–04 in last year's report inadvertently included weekends. The figures have been adjusted to base performance on workdays only.

Correspondence Unit

The Correspondence Unit deals with e-mail messages and letters sent to FCAC by

consumers. During 2004-05, we responded to 65.9 percent of all such communications within 14 working days of their receipt.

Chart 7: Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail or an in-person visit for non-compliance related matters

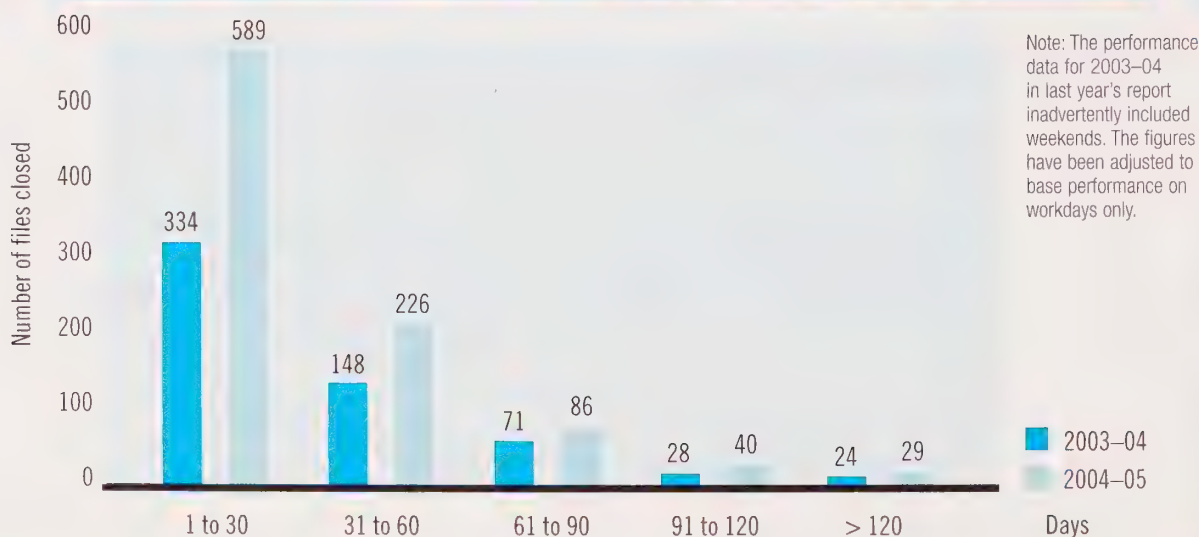


Compliance and Industry Relations Branch

The Compliance and Industry Relations Branch processes compliance-related files as

expeditiously and effectively as possible. As shown in **Chart 8**, 60 percent of the files were closed within 30 days of being opened. Slightly more than 84 percent were closed within 60 days.

Chart 8: Time taken to close a file related to a compliance matter



Consumer evaluation of major FCAC publications and quizzes

• *Credit Cards and You*

In early 2005, we asked consumers to give us their impressions of one of our major publications, *Credit Cards and You*.

While this was not a large-scale survey, it established that more than 90 percent of consumers who were familiar with the guide rated it as "good to excellent."

• *Cost of Banking Guide*

Consumers were also asked to give us their impressions of the *Cost of Banking Guide*, another FCAC publication. The survey sample was small but provided useful feedback. Approximately 80 percent of the respondents found both the guide and its related on-line tool to be "good to excellent."

Chart 9: Overall impression by consumers of *Credit Cards and You*



Chart 10: Overall impression by consumers of *Credit Cards and You* and *Cost of Banking Guide*, 2004-05



03

FINANCIAL STATEMENTS



Financial highlights

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is a federal government institution that is funded through assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them and their financial products.

This annual report presents information on FCAC's third full year of operations. The budget for 2004–05 was projected at \$7.75 million; at the conclusion of the fiscal year, total expenditures amounted to \$7.25 million. The surplus of approximately \$500,000 included a \$200,000 annual budget contingency allowance that was not required. Surpluses were recorded notably in the budget centres for travel, human resources costs, and general administrative costs (translation costs, interest costs, etc.).

After three full years of operating under a mandate from Parliament, the Agency has its supporting programs in place and these are adjusting to the demands made on FCAC. Among Canadians in general, awareness of the Agency and its work remains low. Rather than financing a broad public awareness campaign, with possibly short-term outcomes, the Agency has targeted its outreach efforts by building

relationships that have mutual longer-term benefits. These partnerships provide a good base from which to expand outreach to FCAC's target audiences. We have developed a performance measurement framework and, depending on the project, we will enter into memorandums of understanding with partners concerning delivery of specific elements of our program. We will thereby be better able to monitor the extent to which the partnerships help us meet our mandate. As a result of the strong demand for FCAC's services, in 2003–04 the workload remained heavier than planned in the Agency's two core areas: Compliance, and Consumer Education and Public Affairs. We responded by budgeting three additional positions for 2004–05, bringing the number of full-time positions to 38.

With regard to key financial commitments, this year we renewed our agreements for external provision of several corporate services. We have common services agreements with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (for financial and human resources administration, internal audit services, and research services), the Canada Deposit Insurance Corporation (for a joint call centre), and Public Works and Government Services Canada (for information technology support).

Concerning our stewardship of funds, in 2004-05 the Agency began work on establishing an internal audit program, building on the annual audit of our financial statements carried out by the Auditor General of Canada. An audit committee was established with a specific charter, and a targeted internal audit plan was approved. The first task undertaken has been an audit of the Agency's travel and hospitality expenses. Once the report is ready in both official languages, the audit results will be posted on the FCAC Web site.

The Agency's management is committed to delivering an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers. At the same time, management fully supports the principles of modern comptrollership and strives to implement them.

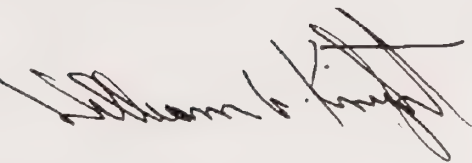


Management's Responsibility for the Financial Statements

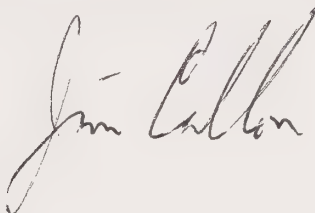
Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the transactions and financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



William G. Knight
Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada
May 27, 2005



AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2005 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2005 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

John Rossetti, CA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 27, 2005

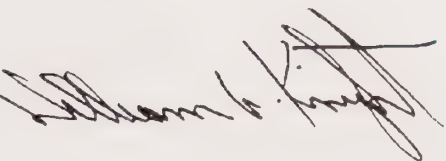
STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

As at March 31

	2005	2004
Assets		
Current		
Cash Entitlement	\$ 3,247,346	\$ 2,002,702
Assessments Receivable	42,166	130,569
Other Current Assets	606	1,741
Other Assets	83,238	92,713
Capital Assets (note 6)	440,832	576,235
Total Assets	3,814,188	2,803,960
Liabilities		
Current		
Accounts Payable and Accrued Liabilities (notes 7,8)	1,563,711	577,785
Unearned Revenue	600,582	624,110
Loan Payable (note 7)	1,500,000	1,500,000
Severance Benefits (note 5)	149,895	102,065
Total Liabilities	3,814,188	2,803,960
Equity of Canada	—	—
Total Liabilities and Equity of Canada	\$ 3,814,188	\$ 2,803,960

Commitments (note 9)

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

STATEMENT OF OPERATIONS AND EQUITY OF CANADA

For the year ended March 31

	2005	2004
Revenue		
Assessments	\$ 7,157,400	\$ 6,176,587
Other Revenue	10,923	985
Total Revenue	7,168,323	6,177,572
Expenses		
Salaries and Benefits (notes 4, 5)	3,731,373	3,343,679
Professional Services (note 8)	1,562,410	1,090,732
Accommodation (notes 8, 9)	672,184	652,047
Information Management / Information Technology Costs (note 8)	559,871	424,478
Travel	109,564	115,960
Interest (note 8)	97,103	126,017
Other	435,818	460,659
Total Expenses	7,168,323	6,213,572
Operating Results before Administrative Monetary Penalties and Government Funding	—	(36,000)
Administrative Monetary Penalties (note 10)	80,000	17,000
Parliamentary Appropriation — Modern Comptrollership (note 11)	—	36,000
Net Operating Results	80,000	17,000
Equity of Canada, Beginning of Year	—	—
Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government	(80,000)	(17,000)
Equity of Canada, End of Year	\$ —	\$ —

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

STATEMENT OF CASH FLOWS

For the year ended March 31

	2005	2004
Cash flows from operating activities		
Cash Receipts from Financial Institutions	\$ 7,432,983	\$ 6,286,795
Cash Paid to Suppliers and Employees	(5,937,410)	(6,274,442)
Interest Paid	(121,129)	(127,298)
Non-Respendable Administrative Monetary Penalties Remitted to the Consolidated Revenue Fund (note 10)	(80,000)	(17,000)
Cash Provided by (Used for) Operating Activities	1,294,444	(131,945)
Investing Activities		
Acquisition of Capital Assets (note 6)	(49,800)	(65,393)
Cash Used for Investing Activities	(49,800)	(65,393)
Financing Activities		
New Borrowings	6,000,000	6,000,000
Repayments	(6,000,000)	(5,850,000)
Cash Provided by Financing Activities	—	150,000
Cash Entitlement		
Increase (decrease) in cash entitlement	1,244,644	(47,338)
Cash Entitlement, Beginning of Year	2,002,702	2,050,040
Cash Entitlement, End of Year	\$ 3,247,346	\$ 2,002,702

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

For the year ended March 31, 2005

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or Crown corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under Section 13(1) of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. The Agency is dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits.

b) Revenue recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as unearned revenue on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with Section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operation.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Pension Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits and the total severance obligation are periodically actuarially determined. The benefit cost is accrued as employees render the services necessary to earn severance benefits. The benefit cost and the total severance liability were actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2005, and for the fiscal year ended March 31, 2004.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates. The excess of any net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the average remaining service period of active employees.

In those years where no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not have its own bank account. All of the financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

<i>Asset class</i>		<i>Amortization period</i>
Furniture and fixtures		7 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease	
Informatics software		5 years
Office equipment		4 years
Informatics hardware		3 years

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant items involving the use of estimates and assumptions are the benefit cost and the total severance benefits liability.

4. Pension benefits

FCAC and all eligible employees contribute to the Public Service Pension Plan. This pension plan provides benefits based on years of service and average earnings at retirement. The benefits are fully indexed to the increase in the Consumer Price Index. The estimated employer contributions to the Public Service Pension Plan during the year were \$348,679 (2004—\$324,052).

5. Severance benefits

Information about FCAC's severance benefit plan is presented in the table below.

	2005	2004
Accrued benefit obligation, beginning of year	\$ 176,217	\$ 114,430
Current service cost	31,543	19,876
Interest cost	11,615	6,353
Benefits paid	—	(41,456)
Actuarial loss	55,070	77,014
Accrued benefit obligation, end of year ¹	274,445	176,217
Unamortized net actuarial loss	(124,550)	(74,152)
Accrued benefit liability	149,895	102,065
Current service cost	31,543	19,876
Interest cost	11,615	6,353
Amortization of net actuarial losses ²	4,672	—
Adjustment ³	—	(48,401)
Net benefit plan expense	\$ 47,830	\$ (22,172)

¹ The accrued benefit obligation is not funded as funding is provided when benefits are paid. Accordingly, there are no plan assets.

² The amortization period is the remaining average service period of active employees.

³ The accrued benefit liability was estimated at March 31, 2003; therefore, an adjustment was required to the 2004 expense to reflect the actuarially determined accrued benefit liability at March 31, 2004.

A discount rate of 5.13% (2004—6.05%) was applied in measuring the Agency's accrued benefit obligation. Management's best estimate for the general salary increases used to estimate the current service cost and the accrued benefit obligation as at March 31, 2005, is an annual economic increase of 2.5% for the plan year 2006 (2004—2.5% for the plan years 2005 and 2006). Thereafter an annual economic increase of 2.9% (2004—3%) is assumed. The average remaining service period of the active employees covered by the benefit plan is 12 years (2004—11 years).

6. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2005	2004
Furniture and fixtures	\$ 433,434	\$ 38,699	\$ 472,133	\$ 130,699	\$ 63,842	\$ 194,541	\$ 277,592	\$ 302,735
Leasehold improvements	382,843	—	382,843	203,280	89,781	293,061	89,782	179,563
Informatics software	79,974	11,101	91,075	21,459	16,180	37,639	53,436	58,515
Office equipment	51,662	—	51,662	20,555	12,915	33,470	18,192	31,107
Informatics hardware	10,643	—	10,643	6,328	2,485	8,813	1,830	4,315
Total	\$ 958,556	\$ 49,800	\$ 1,008,356	\$ 382,321	\$ 185,203	\$ 567,524	\$ 440,832	\$ 576,235

7. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund.

The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as at March 31, 2005, together with comparatives for the preceding year, are as follows:

	2005	2004
Principal amount	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
Maturity date	March 4, 2006	February 23, 2005
Interest rate	2.89%	2.25%

Interest is due upon maturity, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities.

8. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses and the amounts due to (from) those related parties at the end of the year. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Related Party and Nature of Service Provided	2005		2004	
	Expense	Payable/ (Receivable)	Expense	Payable/ (Receivable)
PWGSC				
Accommodation	\$ 467,846	\$ —	\$ 467,388	\$ —
Management / Information Technology	410,587	403,412	350,562	(60,438)
Translation Services	145,976	22,449	123,245	5,279
Other Services	27,202	27,202	—	—
	1,051,611	453,063	941,195	(55,159)
Treasury Board				
Employee Benefits	680,841	38,529	628,079	62,117
CDIC—Professional Services				
Call Centre Administration	395,847	155,589	259,369	70,726
OSFI—Professional Services				
Financial Services	110,000	(286)	110,008	—
Human Resources Services	95,819	1,181	92,525	—
Internal Audit Services	47,000	47,000	—	—
Research Services	17,938	—	7,024	—
	270,757	47,895	209,557	—
Department of Finance				
Interest on Loan from the Consolidated Revenue Fund	97,103	3,253	125,947	3,462
Total	\$ 2,496,159	\$ 698,329	\$ 2,164,147	\$ 81,146

9. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2006	\$ 724,872	\$ 291,347	\$ 1,016,219
2007	743,201	—	743,201
2008	385,702	—	385,702
2009	397,607	—	397,607
2010	410,107	—	410,107
Total	\$ 2,661,489	\$ 291,347	\$ 2,952,836

10. Administrative monetary penalties

The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violations and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been either a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into pursuant to an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$80,000 (2004—\$17,000) in administrative monetary penalties during fiscal year 2004–05.

11. Parliamentary appropriation

FCAC did not receive a parliamentary appropriation during the fiscal year 2004–05. During fiscal year 2003–04, FCAC was granted a non-recurring appropriation of \$36,000 to be applied to activities consistent with the Government Modern Comptrollership initiative.

12. Comparative figures

Certain 2004 comparative figures have been reclassified to conform to the presentation adopted in 2005.

List of charts, tables and figures

No.	Title	Page
-----	-------	------

CHARTS

1	Distribution of FCAC publications	12
2	FCAC Web site visits per month, since launch	13
3	Total contacts received by FCAC, by source, 2004–05	24
4	Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2004–05	24
5	Contacts received by FCAC, by origin, 2004–05	25
6	Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre	49
7	Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail or an in-person visit for non-compliance related matters	50
8	Time taken to close a file related to a compliance matter	50
9	Overall impression by consumers of <i>Credit Cards and You</i>	51
10	Overall impression by consumers of <i>Credit Cards and You</i> and <i>Cost of Banking Guide</i> , 2004–05	51

TABLES

1	FCAC Web site usage.	13
2	Total contacts received by FCAC, by location, 2004–05	23
3	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2004–05	26
4	Total compliance contacts received, by category	29
5	Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and filings	30
6	Compliance cases closed where action was taken, 2004–05	34
7	Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2004–05	35
8	Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2004–05	38
9	Matters related to branch closures	39

FIGURES

1	FCAC compliance case management process, as of March 31, 2005	41
2	FCAC's impact on the Canadian financial marketplace	47

04

APPENDICES



Appendix A

GLOSSARY

Administrative Monetary Penalty

A monetary penalty that the Commissioner can impose after determining that a violation has been committed. The penalty could be as high as \$50,000 for an individual or \$100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation, and any history of previous violations.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Industry Relations Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

A compliance case closed between April 1 and March 31 of the reporting year.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or industry. FCAC monitors whether federally regulated financial institutions comply with their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The use of coercion or undue pressure to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate, as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint

A verbal or written expression of dissatisfaction by a consumer, related to any area of activity of a financial institution.

Complaint-handling procedure

A procedure that federally regulated financial institutions are legally required to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada. Financial institutions must file their complaint-handling procedures with FCAC.

Compliance Agreement

An agreement entered into by the Commissioner and the senior management of a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions, and setting out a time frame for implementation of the measures.

Compliance, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with the law, or with the institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Compliance framework

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with the legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

Compliance measures

A series of actions that the Commissioner may implement when an institution is found to have violated a consumer provision. Determined on a case-by-case basis, the compliance measures range from a Letter of Reprimand to proceedings initiated through a Notice of Violation, and may include an Administrative Monetary Penalty.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, to satisfy the Commissioner that a financial institution is complying with the consumer provisions, as well as with its code of conduct or public commitment. FCAC forwards the conclusions of such examinations to the Minister of Finance.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required, by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*), to file with FCAC.

Letter of Reprimand

An administrative measure, provided for in FCAC's compliance framework. The Commissioner may issue a Letter of Reprimand in a case where a violation by a financial institution involves a non-systemic problem, and where the matter is not serious enough to require a Notice of Violation and a monetary penalty. In a letter sent to the institution, the Commissioner notes the violation and, if applicable, confirms that the institution has taken the proper corrective action. The violation forms part of the institution's compliance history.

Non-compliance, finding of

After investigation by FCAC, a determination that the actions of a particular financial institution do not comply with the law or with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Non-violation, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with its consumer provision obligations.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that there are reasonable grounds to believe that the institution has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the proposed amount of the Administrative Monetary Penalty to be levied against the institution by FCAC. After the Commissioner issues a Notice of Violation and receives representations from the institution, he decides on a balance of probabilities whether the financial institution committed the violation and, where appropriate, issues a Notice of Decision. The Notice of Decision describes any Administrative Monetary Penalty imposed. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened case

A case opened in FCAC's tracking system between April 1 and March 31 of the reporting year.

Pending case

A compliance case still under investigation by FCAC as of March 31 of the reporting year.

Public Accountability Statement

A statement that each financial institution with \$1 billion or more in equity is required, by law, to publish annually and file with the FCAC Commissioner. The statement describes the contributions made by the institution to Canada's economy or society.

Public commitment

A commitment adopted and made publicly by a financial institution (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution. FCAC monitors compliance by federally regulated financial institutions with their public commitments.

Self-reported complaint / Reportable complaint

A complaint involving a consumer provision that is escalated to the reportable level of a financial institution's complaint-handling process. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has withdrawn it or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to obtain the facts necessary for continuing the investigation.

Appendix B

CONSUMER PROVISIONS AND REGULATIONS

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

<i>Type of consumer provision</i>	<i>Banks</i>	<i>Trust and loan companies</i>	<i>Insurance companies</i>	<i>Retail associations</i>
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) <i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i>	X			
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X

<i>Type of consumer provision (continued)</i>	<i>Banks</i>	<i>Trust and loan companies</i>	<i>Insurance companies</i>	<i>Retail associations</i>
Prohibition on charging for cashing government cheques	X	X		X
Obligation to cash government cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation	X			
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for each institution with equity of \$1 billion or more to file a Public Accountability Statement	X	X	X	
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			
Requirements to disclose information to consumers in accordance with regulations (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Requirement for an institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X

<i>Related matters</i>	<i>Banks</i>	<i>Trust and loan companies</i>	<i>Insurance companies</i>	<i>Retail associations</i>
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

STATUS OF CONSUMER PROVISIONS AND RELATED REGULATIONS

as of March 31, 2005

<i>Name of regulations</i>	<i>Status</i>	<i>Reference No.</i>
<i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	in force	SOR/2003-184
<i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-39
<i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-370
<i>Complaint Information (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-371
<i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-373
<i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-372

<i>Name of regulations (continued)</i>	<i>Status</i>	<i>Reference No.</i>
<i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2001-374
<i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-375
<i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-262
<i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-101
<i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-102
<i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-103
<i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-263
<i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-104
<i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/99-278
<i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/92-324
<i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-297
<i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468
<i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469
<i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-298
<i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-471
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-472
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-299
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-473
<i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR/2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR/2002-101

<i>Name of regulations (continued)</i>	<i>Status</i>	<i>Reference No.</i>
<i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i>	in force	SOR/2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70
<i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i>	in force	SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338
<i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-133

Appendix C

MAJOR CODES OF CONDUCT AND PUBLIC COMMITMENTS MONITORED BY FCAC

Codes of conduct

Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

Public commitments

Credit Cards

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

Guidelines for the Transfer of Registered Plans

Commitment to respect a designated maximum amount of time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

Low-Cost Accounts

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

Plain-Language Mortgage Documents

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

Undertaking on Unsolicited Services

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

Note: For definitions of the terms "code of conduct" and "public commitment," see Appendix A (Glossary)



Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés effectués par téléphone

Dans l'intérêt des consommateurs ayant effectué des dépôts indexés par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant leur achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés

Ces lignes directrices constituent un engagement de respecter les modalités fixées concernant le temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

N.B. Pour une définition des termes « code de conduite » et « engagement public », voir l'annexe A (Glossaire).



PRINCIPAUX CODES DE CONDUITE ET ENGAGEMENTS PUBLICS SOUS LA SURVEILLANCE DE L'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des

succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel.

Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la

protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre

code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes.

Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans

lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec

les PME.

Code de pratique canadien des services de cartes de débit

Ce code décrit les pratiques du secteur et les

responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs

canadiens qui utilisent les services de cartes

de débit.

Principes régissant la protection

des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les

consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des

consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont

officiellement engagées à protéger les

consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent

de la responsabilité des consommateurs en

ce qui concerne les opérations frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières

canadiennes se sont engagées à offrir des

comptes qui respectent les lignes directrices

établies par le gouvernement fédéral, pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des

services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés

en un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des

banques à accroître la clarté des documents

hypothécaires résidentiels.

Titre des règlements (suite)		N° de référence	
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473	
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474	
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-101	
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs	en vigueur	DORS/2002-102	
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	en vigueur	DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70	
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	en vigueur	DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70	
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70	
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés	en vigueur	DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338	
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-133	

Titre des règlements (suite)		État		N° de référence	
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-372			
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)	en vigueur	DORS/2001-374			
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-375			
Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2002-262			
Règlement sur le coût d'emprunt (banques)	en vigueur	DORS/2001-101			
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-102			
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-103			
Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2002-263			
Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-104			
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/99-278			
Règlement sur la communication des frais (banques)	en vigueur	DORS/92-324			
Règlement sur la communication des frais (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-297			
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468			
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	en vigueur	DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469			
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-298			
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470			
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471			
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472			
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299			

ÉTAT DES RÈGLEMENTS LIÉS AUX DISPOSITIONS

visant les consommateurs et des règlements connexes au 31 mars 2005

Questions connexes				
Sociétés de financie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail	Banques	
				Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises)
X	X	X	X	Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature
X	X	X	X	Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin
X	X	X	X	Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport
X	X	X	X	Capacité à conclure des ententes de conformité
X	X	X	X	Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC
X	X	X	X	Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives

Titre des règlements		N° de référence
----------------------	--	-----------------

Règlement sur l'accès aux services bancaires de base

en vigueur

DORS/2003-184

Règlement sur la communication de la politique de

retenue de chèques (banques)

en vigueur

DORS/2002-39

Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations

(banques étrangères autorisées)

en vigueur

DORS/2001-370

Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques)

en vigueur

DORS/2001-371

Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations

(sociétés d'assurances canadiennes)

en vigueur

DORS/2001-373

Type de disposition visant les consommateurs (suite)	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
--	---------	--------------------------------	-----------------------	------------------------

Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques	X	X		X
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter de procédures de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes		X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			
Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques)	X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs	X	X	X	X

Annexe B

DISPOSITIONS ET RÉGLEMENTS VISANT LES CONSOMMATEURS

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières sous réglementation fédérale assujetties à chaque disposition.

- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
--	---------	--------------------------------	-----------------------	------------------------

Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt

X

Obligation de divulguer le coût d'emprunt

X

Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)

X

Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail

X

Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC

X

Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur) N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.

X

Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, 14 jours après l'ouverture du compte

X

Plainte

Mécontentement exprimé verbalement ou par écrit par un consommateur relativement à un domaine d'activité d'une institution financière.

Plainte à signaler

Plainte relative à une disposition visant les consommateurs, portée à l'échelon « à signaler » du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Le cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informen l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada. Les institutions financières doivent remettre une copie de leurs procédures de traitement des plaintes à l'ACFC.

Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'il y a des motifs raisonnables de croire qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant proposé de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Après avoir dressé un procès-verbal de violation et

Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada).

Vente liée avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des mesures coercitives ou à des pressions injustifiées pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer après avoir établi qu'une violation a été commise. Le montant de la sanction peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 1 000 000 \$ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur, la gravité du tort causé, et les antécédents de l'auteur.

Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur ayant déposé la plainte l'a retirée ou n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour recueillir les faits nécessaires à la poursuite de l'enquête.

reçu les observations de l'institution en cause, le commissaire détermine, selon la prépondérance des probabilités, la mesure dans laquelle l'institution financière a commis la violation et, le cas échéant, dresse un avis de décision. L'avis de décision décrit la sanction administrative pécuniaire imposée. Le commissaire peut aussi rendre publique la violation.

Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC relativement à une question de conformité comme l'infraction présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

Dossier en suspens

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars de l'année visée par le rapport.

Dossier fermé

Cas de conformité dont le dossier a été fermé entre le 1^{er} avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC entre le 1^{er} avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Engagement public

Engagement public adopté par une institution financière (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs engagements publics.

Entente de conformité

Entente conclue entre le commissaire et la haute direction d'une institution financière, qui précise les mesures correctives à prendre pour

Lettre de réprimande

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme aux dispositions visant les consommateurs, ainsi qu'à son code de conduite ou à son engagement public. L'ACFC communique les résultats de ce genre d'examen au ministre des Finances.

Examen

renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs et fixe un délai pour la mise en œuvre des mesures.

Mesures de conformité

Mesure administrative prévue dans le cadre de conformité de l'ACFC. Le commissaire peut adresser une lettre de réprimande à l'institution financière qui a commis une violation se rapportant à un problème non systémique, mais qui n'est pas suffisamment grave pour justifier un procès-verbal de violation et une sanction pécuniaire. Dans la lettre qu'il adresse à l'institution financière en cause, le commissaire fait état de la violation et, s'il y a lieu, confirme que l'institution a pris les bonnes mesures correctives. La violation s'inscrit dans les antécédents de l'institution en matière de conformité.

Série de mesures que le commissaire peut mettre en œuvre lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs. Les mesures de conformité sont déterminées en fonction de chaque cas. Elles peuvent aller d'une lettre de réprimande à des poursuites, amorcées au moyen d'un procès-verbal de violation, et s'accompagner d'une sanction administrative pécuniaire.

Annexe A

GLOSSAIRE

Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association du secteur et rendu public (par exemple dans son site Web), conçu pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs codes de conduite volontaires.

Constat de conformité

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes à la loi, au code de conduite volontaire de l'institution ou à l'engagement public qui dicte de telles mesures.

Constat de non-conformité

A l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que les mesures prises par une institution financière donnée ne sont pas conformes à la loi, ou aux conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (*Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances ou Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt*).

Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque institution financière dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration fait état de la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

Constat de non-violation

Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes aux obligations liées aux dispositions visant les consommateurs.

04

ANNEXES



Liste des figures, des tableaux et des schémas

N°	Titre	Page
----	-------	------

FIGURES

1	Distribution des publications de l'ACFC.....	13
2	Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement	14
3	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2004-2005	26
4	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2004-2005	26
5	Nombre de communications destinées à l'ACFC, selon l'origine, 2004-2005.....	27
6	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs	51
7	Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité	52
8	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité	53
9	Impression générale des consommateurs au sujet de la publication <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i>	54
10	Impression générale des consommateurs au sujet des publications <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i> et le <i>Guide du coût des services bancaires</i> , 2004-2005	55

TABLEAUX

1	Utilisation du site Web de l'ACFC	14
2	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique, 2004-2005	25
3	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2004-2005.....	28
4	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie	31
5	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents.....	32
6	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2004-2005	36
7	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005	37
8	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2004-2005	40
9	Questions relatives aux fermetures de succursales.....	41

SCHÉMAS

1	Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC au 31 mars 2005.....	43
2	Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC	49

9. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des conventions de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux.

Exercice se terminant le 31 mars	Conventions de services	Location-exploitation	Total
2006	724 872 \$	291 347 \$	1 016 219 \$
2007	743 201	—	743 201
2008	385 702	—	385 702
2009	397 607	—	397 607
2010	410 107	—	410 107
Total	2 661 489 \$	291 347 \$	2 952 836 \$

10. Sanctions administratives pécuniaires

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi énumérée à l'annexe 1 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

L'ACFC a perçu 80 000 \$ (17 000 \$ en 2004) de sanctions administratives pécuniaires au cours de l'exercice 2004-2005.

11. Crédit parlementaire

L'ACFC n'a pas reçu de crédit parlementaire au cours de l'exercice 2004-2005. Pendant l'exercice 2003-2004, l'ACFC a reçu un crédit ponctuel de 36 000 \$ pour financer des activités liées à l'initiative de la fonction moderne de contrôleur du gouvernement.

12. Données comparatives

Certaines données comparatives de 2004 ont été reclassées conformément à la présentation adoptée en 2005.

8. Opérations entre apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des prestations de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre apparentées de l'Agence pour l'exercice sur les charges totales et les montants dus à (à recevoir de) ces apparentées, à la fin de l'exercice. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les apparentées.

Apparentées et nature du service fourni	2005		2004	
	Somme à payer/ Charges (à recevoir)		Somme à payer/ Charges (à recevoir)	
TPSGC				
Locaux	467 846 \$	— \$	467 388 \$	— \$
Gestion et technologie de l'information	410 587	403 412	350 562	(60 438)
Services de traduction	145 976	22 449	123 245	5 279
Autres services	27 202	27 202	—	—
Conseil du Trésor	1 051 611	453 063	941 195	(55 159)
Avantages sociaux	680 841	38 529	628 079	62 117
SADC — Services professionnels	395 847	155 589	259 369	70 726
Gestion du Centre d'appels				
BSIF — Services professionnels				
Services financiers	110 000	(286)	110 008	—
Services en ressources humaines	95 819	1 181	92 525	—
Services de vérification interne	47 000	47 000	—	—
Services de recherche	17 938	—	7 024	—
Ministère des Finances	270 757	47 895	209 557	—
Intérêt sur emprunts imputés				
Intérêt sur le Trésor	97 103	3 253	125 947	3 462
Total	2 496 159 \$	698 329 \$	2 164 147 \$	81 146 \$

6. Immobilisations

Catégorie	Valeurs brutes comptables				Amortissement cumulé				Valeurs nettes comptables
	Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture			
Mobilier et accessoires	433 434 \$	38 699 \$	472 133 \$	130 699 \$	63 842 \$	194 541 \$		277 592 \$	302 735 \$
Améliorations locatives	382 843	—	382 843	203 280	89 781	293 061		89 782	179 563
Logiciels	79 974	11 101	91 075	21 459	16 180	37 639		53 436	58 515
Matériel de bureau	51 662	—	51 662	20 555	12 915	33 470		18 192	31 107
Matériel informatique	10 643	—	10 643	6 328	2 485	8 813		1 830	4 315
Total	958 556 \$	49 800 \$	1 008 356 \$	382 321 \$	185 203 \$	567 524 \$		440 832 \$	576 235 \$

7. Emprunt

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen d'avances de fonds provenant du Trésor. Au 31 mars 2005, les conditions de l'accord de prêt étaient les suivantes avec comparatif de l'exercice précédent :

	2005	2004
Principal	1 500 000 \$	1 500 000 \$
Date d'échéance	4 mars 2006	23 février 2005
Taux d'intérêt	2,89 %	2,25 %

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des créditeurs et charges à payer.

4. Régime de retraite

L'ACFC et tous les employés admissibles cotisent au régime de retraite de la fonction publique. Ce régime prévoit des prestations en fonction du nombre d'années de service et de la rémunération moyenne à la retraite. Les prestations sont pleinement indexées conformément aux augmentations annuelles de l'indice des prix à la consommation. Les cotisations patronales estimatives versées durant l'exercice au régime de retraite de la fonction publique s'élevaient à 348 679 \$ (324 052 \$ en 2004).

5. Indemnités de départ

Les données relatives au régime d'indemnités de départ de l'ACFC sont présentées dans le tableau qui suit.

	2005	2004
Obligation au titre des prestations constituées, début de l'exercice	176 217 \$	114 430 \$
Coût des services rendus	31 543	19 876
Intérêts débiteurs	11 615	6 353
Indemnités versées	—	(41 456)
Perte actuarielle	55 070	77 014
Obligation au titre des prestations constituées, fin de l'exercice ¹	274 445	176 217
Perte actuarielle nette non amortie	(124 550)	(74 152)
Obligation au titre des prestations constituées	149 895 \$	102 065 \$
Coût des services rendus	31 543	19 876
Intérêts débiteurs	11 615	6 353
Amortissement de la perte actuarielle nette ²	4 672	—
Rajustement ³	—	(48 401)
Charges au titre des indemnités	47 830 \$	(22 172) \$

¹ L'obligation au titre des prestations constituées n'est pas capitalisée, car les fonds sont dégagés lorsque les indemnités sont versées. Par conséquent, il n'y a pas d'actif de régime.

² La période d'amortissement représente la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

³ Le passif au titre des prestations constituées a été évalué le 31 mars 2003; par conséquent, un rajustement a dû être apporté aux dépenses de 2004 pour tenir compte du passif au titre des prestations constituées établi par calcul actuariel le 31 mars 2004.

Un taux d'actualisation de 5,13 % (6,05 % en 2004) a été utilisé pour établir l'obligation de l'Agence au titre des prestations constituées. Aux fins de l'évaluation du coût des services rendus et de l'obligation au titre des prestations constituées au 31 mars 2005, la meilleure estimation de la direction à l'égard de l'augmentation générale des salaires est une augmentation économique annuelle de 2,5 % pour l'année du régime 2006 (2,5 % en 2004 pour les années du régime 2005 et 2006). Par la suite, on prévoit une augmentation économique annuelle de 2,9 % (3 % en 2004). La durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs couverts par le régime de retraite est de 12 ans (11 ans en 2004).

Le coût des indemnités de départ est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des indemnités au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés. Tout montant du gain actuariel (de la perte actuarielle) qui excède 10 % de l'obligation au titre des indemnités est amorti sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs.

Pour les exercices au cours desquels aucun examen actuariel n'est effectué, la direction prépare une estimation du passif au titre des avantages sociaux futurs, en se fondant sur le dernier rapport actuariel et les renseignements courants concernant les employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne possède pas son propre compte bancaire. Toutes les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un mécanisme bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne porte pas d'intérêts.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire en fonction de la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations		Periode d'amortissement
Mobilier et accessoires		7 ans
Améliorations locatives		moins de la durée de vie utile ou de la durée du bail
Logiciels		5 ans
Matériel de bureau		4 ans
Matériel informatique		3 ans

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés de l'actif, du passif, des produits et des charges inscrits dans les états financiers. Au moment de la préparation des états financiers, la direction considère que les estimations et les hypothèses sont raisonnables. Les éléments les plus importants pour lesquels on utilise des estimations et des hypothèses sont le coût des indemnités et le passif global au titre des indemnités de départ.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses coûts de fonctionnement, y compris le coût des avantages sociaux futurs.

b) Comptabilisation des produits

L'ACFC rapproche ses produits de ses frais d'exploitation. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre de produit reporté sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts de fonctionnement de l'exercice en cours tout en tenant compte des coûts évalués pour l'exercice précédent par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année, conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts de fonctionnement.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC participent au régime de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. Le montant de la cotisation de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés et il peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des obligations contractées au titre du régime de retraite par l'Agence et elles sont portées aux comptes de l'exercice. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

iii) Indemnités de départ

Dans le cadre d'un régime d'indemnités de départ, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines indemnités prévues conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des indemnités et l'ensemble des obligations au titre des indemnités de départ sont régulièrement établis par calcul actuariel. Le coût des indemnités s'accumule au fur et à mesure que les employés fournissent les services ouvrant droit aux indemnités de départ. Le coût des indemnités et l'ensemble des obligations au titre des indemnités de départ ont été établis par calcul actuariel pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2005 et pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2004.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (la Loi) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la Loi sur la gestion des finances publiques.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et consiste en ce qui suit :

a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

c) **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;

d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;

e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la Loi prévoit que le secteur finance les coûts de fonctionnement de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale entièrement financées de cette façon.

Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada), qui énonce la méthode servant à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la Loi.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Pour l'exercice terminé le 31 mars

	2005	2004
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation		
Encaissements provenant des institutions financières	7 432 983 \$	6 286 795 \$
Décaissements destinés aux fournisseurs et aux employés	(5 937 410)	(6 274 442)
Intérêts payés	(121 129)	(127 298)
Sanctions administratives pécuniaires non disponibles versées au Trésor (note 10)	(80 000)	(17 000)
Liquidités nettes générées par les (affectées aux) activités d'exploitation	1 294 444	(131 945)
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations (note 6)	(49 800)	(65 393)
Liquidités nettes affectées aux activités d'investissement	(49 800)	(65 393)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Nouveaux emprunts	6 000 000	6 000 000
Remboursements	(6 000 000)	(5 850 000)
Liquidités nettes générées par les activités de financement	—	150 000
Liquidités disponibles		
Augmentation (diminution) nette des liquidités disponibles	1 244 644	(47 338)
Liquidités disponibles au début de l'exercice	2 002 702	2 050 040
Liquidités disponibles à la fin de l'exercice	3 247 346 \$	2 002 702 \$

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

Pour l'exercice terminé le 31 mars

2005

2004

Produits

Cotisations	7 157 400 \$	6 176 587 \$
Autres produits	10 923	985
Total des produits	7 168 323	6 177 572

Charges

Salaires et avantages sociaux (notes 4, 5)	3 731 373	3 343 679
Services professionnels (note 8)	1 562 410	1 090 732
Locaux (notes 8, 9)	672 184	652 047
Gestion et technologie de l'information (note 8)	559 871	424 478
Déplacements	109 564	115 960
Intérêt (note 8)	97 103	126 017
Autres	435 818	460 659
Total des charges	7 168 323	6 213 572

Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives pécuniaires et le financement public

Sanctions administratives pécuniaires (note 10)	80 000	17 000
Crédit parlementaire — Fonction moderne de contrôleur (note 11)	—	36 000
Résultats d'exploitation nets	80 000 \$	17 000 \$

Avoir du Canada au début de l'exercice

Sanctions administratives pécuniaires réalisées pour le compte du gouvernement	(80 000)	(17 000)
Avoir du Canada à la fin de l'exercice	— \$	— \$

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Au 31 mars

2005 2004

Actifs

À court terme

Liquidités disponibles	3 247 346 \$	2 002 702 \$
Cotisations à recevoir	42 166	130 569
Autres actifs à court terme	606	1 741
Autres éléments d'actifs	83 238	92 713
Immobilisations (note 6)	440 832	576 235
Total des actifs	3 814 188 \$	2 803 960 \$

Passifs

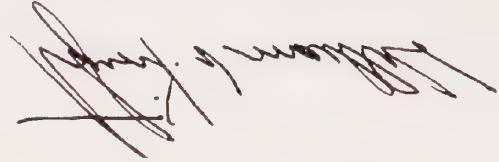
À court terme

Créditeurs et charges à payer (notes 7,8)	1 563 711 \$	577 785 \$
Produit reporté	600 582	624 110
Emprunt (note 7)	1 500 000	1 500 000
Indemnités de départ (note 5)	149 895	102 065
Total des passifs	3 814 188	2 803 960
Avoir du Canada	—	—
Total des passifs et de l'avoir du Canada	3 814 188 \$	2 803 960 \$

Engagements (note 9)

Approuvé par :

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.



Auditor General of Canada
Vérificatrice générale du Canada

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2005 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2005 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada

John Rossetti, CA
Vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 27 mai 2005

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

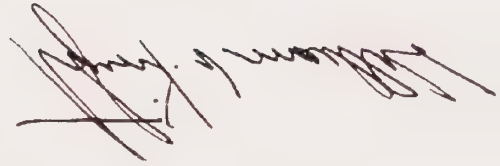
La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisme, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

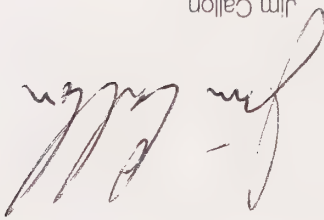
La vérificatrice générale du Canada, qui effectue des vérifications impartiales pour le compte du gouvernement du Canada, a vérifié les opérations et les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de l'Agence de la consommation
Le commissaire adjoint de l'Agence de la
consommation en matière financière du Canada,

William G. Knight



Jim Callon



Ottawa, Canada
Le 27 mai 2005

En ce qui touche la gestion des fonds, en 2004-2005, l'Agence a amorcé des travaux pour instaurer un programme de vérification interne, dans le prolongement de la vérification interne de nos états financiers effectuée par la vérificatrice générale du Canada. Un comité de vérification a été mis sur pied et doté d'une charte spéciale, et un plan de vérification interne ciblé a été approuvé. La première tâche entreprise a consisté en la vérification des dépenses de l'Agence en matière de déplacement et d'accueil. Lorsque le rapport sera achevé dans les deux langues officielles, les résultats de la vérification seront affichés dans le site Web de l'ACFC.

La direction de l'Agence est déterminée à offrir un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens. En outre, elle appuie sans réserve les principes de la fonction moderne de contrôleur et s'efforce de les mettre à exécution.



Points saillants

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est une institution fédérale financée par les cotisations versées par les institutions financières sous réglementation fédérale. Les cotisations des banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs au respect desquelles veille l'ACFC s'appliquent à ces institutions et à leurs produits financiers.

Le présent rapport annuel fait état de la troisième année d'activités complète de l'ACFC. Le budget pour 2004-2005 avait été initialement établi à 7,75 millions de dollars; à la fin de l'exercice, les déboursés totaux se chiffraient à 7,25 millions de dollars. L'excédent approximatif de 500 000 \$ se composait d'un fonds pour éventualités de 200 000 \$ intégré au budget annuel, qu'il n'a pas été nécessaire d'utiliser. Des excédents ont été enregistrés notamment pour les postes de dépenses liés aux déplacements, aux ressources humaines et aux coûts administratifs généraux (traduction, intérêts, etc.).

Après trois années complètes d'activités aux termes d'un mandat attribué par le Parlement, les programmes d'aide de l'Agence sont en place, et ils s'adaptent aux exigences auxquelles l'ACFC est appelée à satisfaire. Au sein de la population canadienne en général, l'étendue de l'information concernant l'Agence et ses activités demeure limitée. Au lieu de financer une vaste campagne de sensibilisation du public, laquelle pourrait apporter que des résultats à court terme, l'Agence a décidé de cibler ses efforts de liaison externe en établissant des relations qui présentent

des avantages mutuels à plus long terme. Les partenariats établis dans cette optique constituent une assise solide pour accroître le potentiel de rayonnement de l'ACFC et joindre les groupes cibles. Nous avons mis au point un cadre de mesure du rendement et, selon le projet, nous conclurons des protocoles d'entente avec nos partenaires pour assurer la prestation de certains éléments de notre programme. Nous serons ainsi mieux placés pour déterminer la mesure dans laquelle les partenariats nous aident à remplir notre mandat. Vu la forte demande que les services de l'ACFC suscitent, en 2003-2004, la charge de travail est demeurée plus lourde que prévu dans les deux principaux domaines d'activité de l'Agence : la conformité, et l'éducation des consommateurs et les affaires publiques. Nous avons fait face à la situation en budgétisant trois postes additionnels pour l'exercice 2004-2005, portant ainsi le nombre de postes à temps plein à 38.

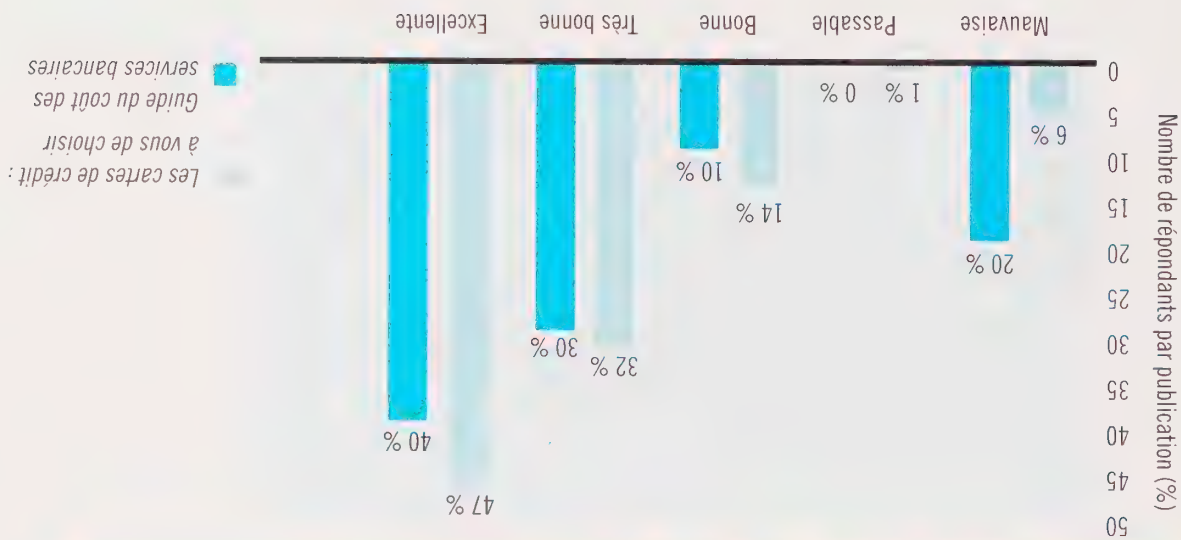
Au chapitre des engagements financiers clés, cette année nous avons renouvelé nos ententes avec des organismes de l'extérieur pour la prestation de plusieurs services organisationnels. Nous avons conclu des accords de services communs avec le Bureau du surintendant des institutions financières (pour la gestion des ressources humaines et financières, les services de vérification interne et les services de recherche), la Société d'assurance-dépôts du Canada (pour un centre d'appels conjoint) et Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (pour de l'aide en matière de technologie de l'information).

03

ÉTATS FINANCIERS



**Figure 10 : Impression générale des consommateurs au sujet des publications
 Les cartes de crédit : à vous de choisir et le Guide du coût des
 services bancaires, 2004-2005**



Évaluation par les consommateurs des principaux jeux-questionnaires et publications de l'ACFC

• Les cartes de crédit : à vous de choisir

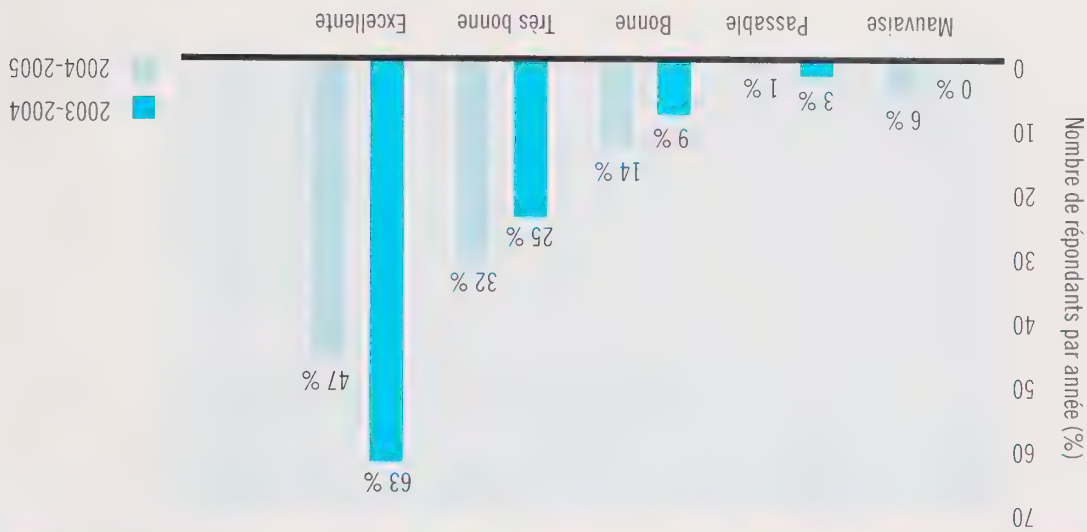
Au début de 2005, nous avons invité les consommateurs à nous dire ce qu'ils pensaient de l'une de nos quatre grandes publications, *La carte de crédit : à vous de choisir*. Même s'il ne s'agissait pas d'un sondage mené à grande échelle, nous avons pu constater que plus de 90 p. 100 des consommateurs qui connaissaient la publication la considéraient comme étant « de bonne à excellente ».

à excellents ».

• Guide du coût des services bancaires

Nous avons également demandé aux consommateurs de nous donner leur avis sur le *Guide du coût des services bancaires*, une autre publication de l'ACFC. L'échantillon retenu aux fins du sondage était de petite taille, mais il a été à l'origine de commentaires utiles. Environ 80 p. 100 des répondants pensaient que ce guide et sa version en ligne étaient « de bons

Figure 9 : Impression générale des consommateurs au sujet de la publication
Les cartes de crédit : à vous de choisir

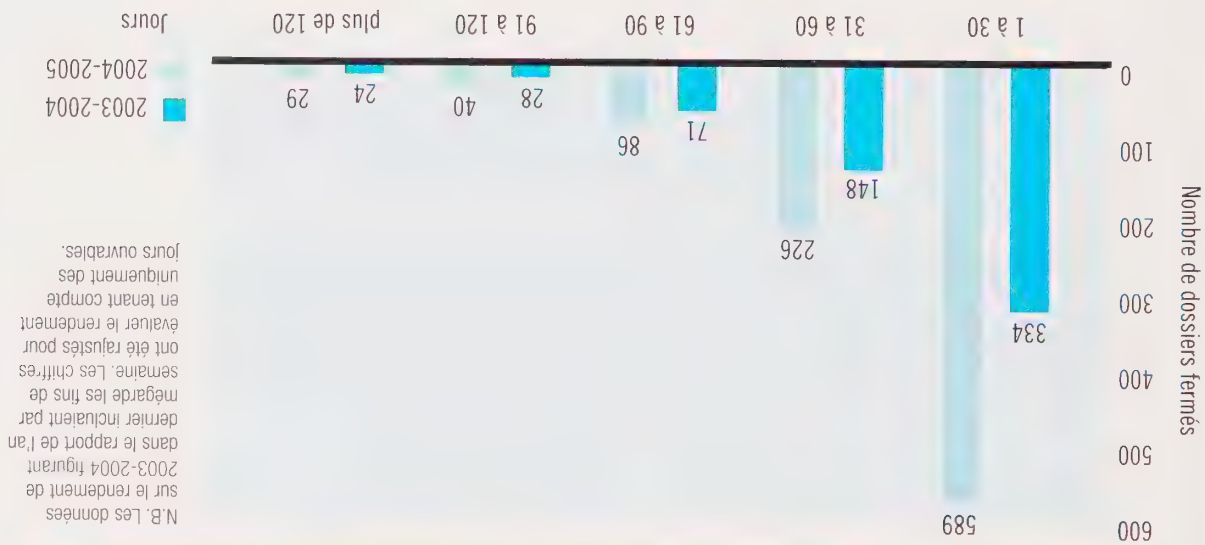


Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme

le montre la figure 8, 60 p. 100 des dossiers ont été fermés 30 jours après avoir été ouverts. Un peu plus de 84 p. 100 des dossiers ont été fermés en 60 jours.

Figure 8 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité



Unité de la correspondance
L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres que les consommateurs adressent à l'ACFC. En 2004-2005, nous avons répondu à 65,9 p. 100 de l'ensemble des communications reçues dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception.

Figure 7 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité

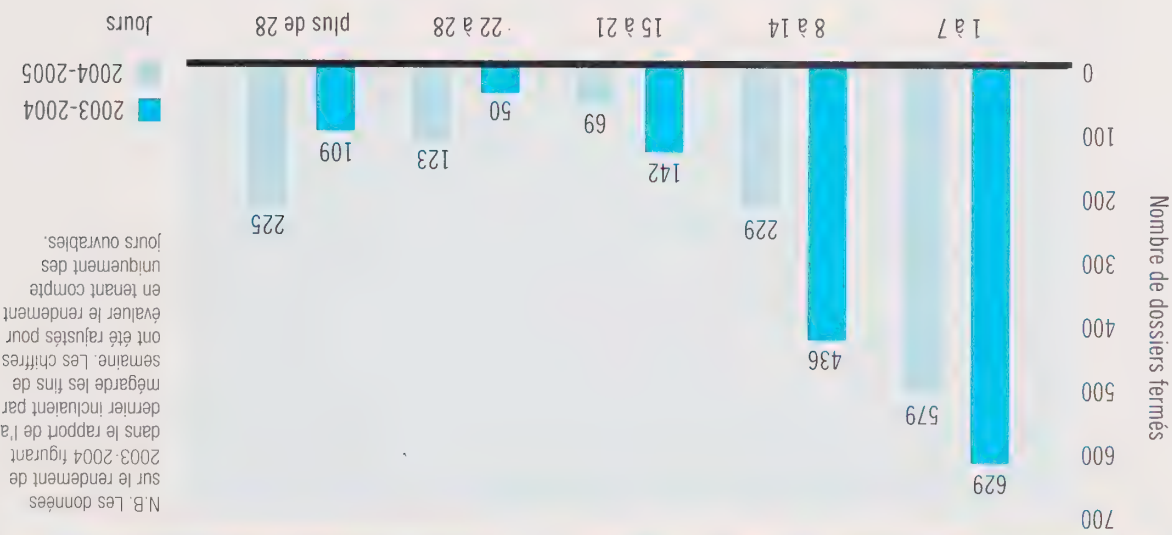


Schéma 2 - Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC (suite)

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
Questions et réponses sur les produits et services financiers	L'ACFC a mis au point, sous forme de questions et réponses, l'une des bases de données les plus complètes au Canada concernant les produits et les services financiers. L'ACFC alimente sa base de données de questions et réponses en analysant l'information obtenue dans le cadre de ses communications avec les consommateurs. L'ACFC suit de près et définit régulièrement les questions qui préoccupent les Canadiens.
Rapports au Parlement sur les questions de conformité et de consommation	Apparavant, la reddition de comptes au Parlement sur les questions liées à la consommation des produits et services financiers était fragmentée. Grâce à son rapport annuel, l'ACFC donne au Parlement un aperçu global des cas de conformité ainsi que des principales questions et préoccupations soulevées par les consommateurs.

Rendement en matière de services aux consommateurs

L'ACFC assure le suivi statistique de son rendement en matière de services dans trois grands domaines : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie.

En 2004-2005, le Centre de communications avec les consommateurs a reçu 26 145 appels, soit une hausse de 69 p. 100 par rapport à l'année précédente et plus du double du nombre enregistré en 2002-2003, notre première année d'activités. Le temps d'attente moyen pour la grande majorité des demandeurs était inférieur à 12 secondes. Pour d'autres statistiques à ce sujet, voir la figure 6.

Figure 6 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs

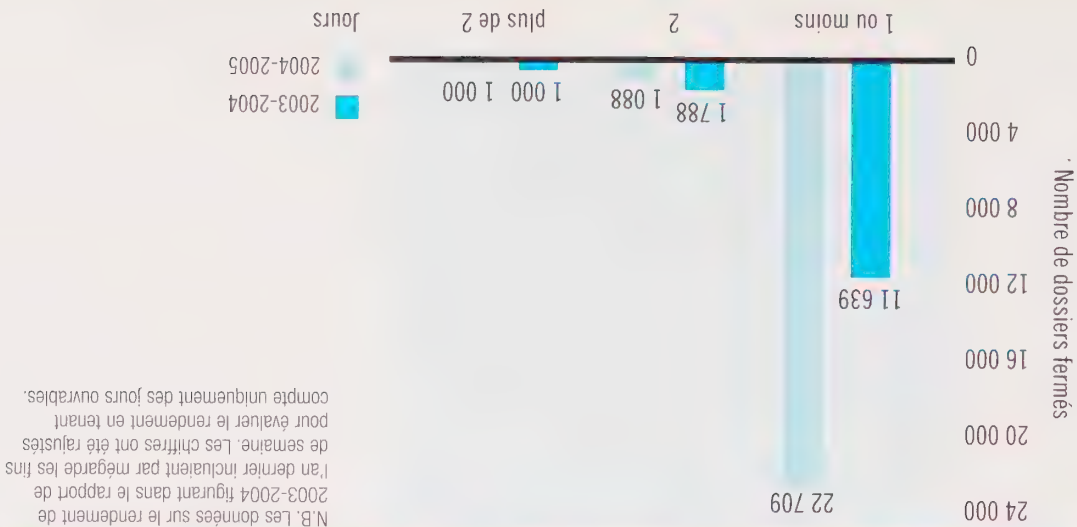


Schéma 2 : Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC (suite)

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
<p>Examen des pratiques de divulgation des IFF du point de vue des consommateurs</p> <p>L'ACFC a effectué deux examens systématiques des pratiques de divulgation et des documents du secteur. Plusieurs institutions travaillent actuellement à l'amélioration de la qualité de l'information qu'elles divulguent aux consommateurs.</p>	<p>Autrefois, les institutions n'étaient pas tenues de déposer des préavis de fermeture de succursales aux fins d'un examen officiel. Jusqu'à maintenant, l'ACFC a examiné des centaines de préavis de fermeture de succursales pour s'assurer que les banques avaient tenu comme il se doit des consultations auprès des collectivités qu'elles servaient. L'ACFC a également participé à plusieurs réunions portant sur la fermeture de succursales, tenues à la demande du commissaire, et a ajouté une base de données sur les fermetures de succursales à son site Web pour aider les consommateurs à se tenir au courant des changements.</p> <p>L'ACFC a décelé des lacunes en matière d'information au sein du secteur, et elle les a comblées en préparant et en offrant aux consommateurs des publications rédigées en langage simple au sujet des produits et des services financiers, et au sujet des droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les IFF.</p>
<p>Examen des préavis de fermeture de succursales des IFF</p>	
<p>Accès aux documents d'information rédigés en langage simple au sujet des obligations des IFF envers les consommateurs, ainsi qu'à des renseignements objectifs afin d'aider les consommateurs à comparer et à mieux comprendre certains produits et services financiers</p>	<p>Avant la création de l'ACFC, il n'existait pas de point d'accès unique auquel les consommateurs pouvaient s'adresser lorsqu'ils voulaient signaler un problème concernant une IFF ou demander de l'information au sujet d'un service ou d'un produit financier. Les consommateurs peuvent désormais téléphoner sans frais au Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC pour signaler un problème concernant leur institution financière ou obtenir de l'information sur des produits et des services financiers. Les consommateurs peuvent aussi communiquer avec l'ACFC par courriel, par la poste ou en personne.</p>
<p>Accès à un organisme fédéral par les consommateurs souhaitant signaler un problème à propos d'une institution financière ou demander de l'information</p>	<p>L'ACFC fournit aux consommateurs des données comparatives utiles et des renseignements faciles à comprendre au sujet de nombreux produits et services financiers, ce qui permet aux consommateurs de tirer profit d'un marché concurrentiel.</p>
<p>Données comparatives sur les caractéristiques et les prix des produits et des services financiers</p>	

Schéma 2 : Le secteur financier canadien depuis la création de l'ACFC

Sujet ou question	Progrès accomplis depuis la création de l'ACFC
<ul style="list-style-type: none">• dressé un cadre de conformité et élaboré spéciaux avec eux;• poursuivir la mise en œuvre de projets avec d'autres organismes fédéraux, et• fournir des suggestions et des commentaires au sujet du cadre de conformité;• publié les résultats de nos activités de conformité dans chacun des rapports annuels de l'ACFC au Parlement et affiché les décisions du commissaire dans le site Web de l'ACFC;	<ul style="list-style-type: none">• mis en place un système interne de surveillance des cas de conformité pour faire en sorte que tous les dossiers soient fermés dans un délai de deux ans.
<ul style="list-style-type: none">• invité le secteur des services financiers à dispositions visant les consommateurs; problèmes de conformité liés aux règlements fédérale corrigent les que les institutions financières sous des procédures de conformité pour s'assurer	<p>Depuis sa création, l'ACFC exerce une influence importante sur le secteur financier du Canada et sur les consommateurs qui utilisent ses produits et ses services. Le schéma 2 fait état de l'influence croissante que l'Agence exerce et de la portée de cette influence sur les pratiques du milieu, en particulier le comportement des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF).</p>
<ul style="list-style-type: none">• Invité le secteur des services financiers à dispositions visant les consommateurs; problèmes de conformité liés aux règlements fédérale corrigent les que les institutions financières sous des procédures de conformité pour s'assurer	<p>Les responsabilités en matière de surveillance (autrefois réparties entre divers organismes) ont été regroupées à l'ACFC, qui en fait directement rapport au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances. En conséquence, la fonction de surveillance a été considérablement renforcée.</p>

Influence de l'ACFC sur le secteur financier du Canada

particulier le comportement des institutions financières sous réglementation fédérale (IFF).

les décisions du commissaire dans le site Web de l'ACFC;

Surveillance du secteur des services financiers par le gouvernement fédéral du point de vue des consommateurs

Suivi de la réglementation et de l'autoréglementation du point de vue des consommateurs

Suivi des mesures prises par les IFF dans l'optique des questions de conformité

Mesure de la conformité des IFF aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics

L'ACFC a dressé un cadre de conformité pour suivre de près la façon dont les IFF s'acquittent de leurs obligations et respectent leurs engagements envers les consommateurs.

Le suivi des mesures de conformité est désormais systématique et uniforme. L'ACFC travaille avec les IFF pour s'assurer que les consommateurs sont informés lorsque des problèmes de conformité surgissent et pour veiller à ce qu'ils soient au courant de leur droit de recourir aux procédures de traitement des plaintes de leur institution.

L'ACFC a instauré des outils de mesure, notamment une évaluation mystère et des examens annuels dont l'objectif est de s'assurer que les IFF respectent les dispositions visant les consommateurs, les codes de conduite et les engagements publics. L'ACFC travaille avec les institutions financières pour régler les problèmes et les préoccupations qui surgissent.

Rendement de l'ACFC

Pendant les trois premières années d'activités de l'ACFC, soit de la fin de 2001 à 2004, nos activités visaient à obtenir trois résultats opérationnels clés, à savoir :

- mettre en place une agence qui soit gérée de façon transparente, efficace et efficiente;
- instaurer des programmes d'éducation et d'information qui permettent aux consommateurs de produits et de services financiers de faire des bons choix et de prendre des décisions éclairées;

- élaborer un programme de conformité et de surveillance des responsabilités législatives,

des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières sous l'angle de la protection des intérêts de leurs clients.

Nos principales réalisations sont présentées ci-après et sont ventilées selon les trois objectifs suivants.

Réalisations liées à l'établissement de l'Agence

À ce chapitre, nous avons :

- mis en place tous les services administratifs, informatiques et opérationnels;
- engagé une main-d'œuvre hautement spécialisée et motivée;
- adopté plusieurs pratiques exemplaires à l'appui d'une gestion moderne;
- élaboré des normes de rendement pour nos services;
- élaboré des stratégies de communication et de consultation pour tenir compte des commentateurs et des points de vue de nos intervenants;

Réalisations liées à l'élaboration d'un cadre pour l'éducation et l'information des consommateurs

À ce chapitre, nous avons :

- préparé et produit plus de 20 brochures, publications et outils électroniques pour offrir aux consommateurs un large éventail de renseignements sur les questions financières, et nous avons distribué plus de 400 000 publications entre 2001 et 2004;
- élaboré un programme efficace de liaison externe en créant des partenariats avec des ministères fédéraux, des organismes provinciaux et des organisations non gouvernementales pour faire en sorte que l'Agence ait une présence à l'échelle nationale;

- mis en place un site Web exhaustif pour fournir aux consommateurs de l'information sur leurs droits et sur les produits et les services financiers dont ils ont besoin;
- élaboré un cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats, assorti d'indicateurs spécifiques visant à évaluer les programmes de l'ACFC.

Réalisations liées à la responsabilité de s'assurer que les droits des consommateurs sont protégés par le programme de conformité et de surveillance de l'Agence

À ce chapitre, nous avons :

- organisé des réunions à intervalles réguliers et des séances d'échange d'information

3) Gestion intégrée du risque

En mars 2005, nous avons développé une ébauche de profil de risque de l'organisation pour l'ACFC. Au deuxième trimestre de 2005, nous avons poursuivi la mise au point d'une matrice des risques liés aux processus administratifs. Cela visait à assurer que toutes les catégories de risque avaient été définies et que les autoévaluations d'incidence et de contrôle nécessaires avaient été menées à bien. Notre plan d'activités 2005-2007 prévoit plusieurs activités qui aideront à atténuer les risques de ce genre grâce à notre ébauche de profil de risque de l'organisation.

4) Gérance rigoureuse

Nous avons mis sur pied un comité de vérification doté d'une charte en bonne et due forme, et avons conclu un protocole d'entente avec le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF) sur la prestation de services de vérification interne.

Nous avons aussi dressé un plan de vérification interne ciblé pour 2005-2006, avec le soutien des Services de vérification et de consultation du BSIF. Lorsque notre matrice des risques liés aux procédés administratifs sera au point, nous élaborerons un plan de vérification interne équilibré, et ce, d'ici septembre 2005. Notre plan d'activités 2005-2007 prévoit plusieurs activités liées au plan de vérification interne ciblé.

Dans d'autres domaines de la gérance, nous avons amélioré notre capacité à rendre compte des programmes de l'ACFC afin que la haute direction dispose de l'information nécessaire pour renforcer le processus décisionnel. Nous avons par ailleurs effectué une vérification des dépenses de déplacement et d'accueil, et terminé notre inventaire matériel pour pouvoir suivre de près l'utilisation des biens de l'ACFC et en assurer la protection.

Les indicateurs de rendement et la méthode utilisés dans la stratégie d'évaluation de l'ACFC s'appuient sur les données existantes découlant de notre mesure du rendement détaillée et permanente. En 2004-2005, nous avons continué d'améliorer nos systèmes de saisie et de suivi des données pour faire en sorte que l'information recueillie réponde aux exigences du CGRR. En outre, nous avons adopté un cadre de mesure du rendement pour guider les projets de l'ACFC, et veiller à ce que ces derniers nous aident à atteindre nos objectifs stratégiques. Nous avons par ailleurs mis en œuvre un codage financier pour les projets importants afin de pouvoir effectuer des analyses coûts-avantages selon les besoins.

2) Ressources humaines

En 2004-2005, nous avons élargi la portée de notre sondage annuel auprès des employés pour recueillir les points de vue du personnel de l'ACFC à l'égard de diverses questions organisationnelles et déterminer son niveau de satisfaction quant au règlement des questions soulevées. Afin de renforcer la responsabilisation et d'amener le personnel à mieux comprendre les domaines de responsabilité, nous avons adopté une approche axée sur le risque pour évaluer et actualiser les politiques, les procédés et les procédures clés de l'ACFC. La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a terminé cette mise à jour. Pour 2005-2006, nous envisageons la conduite d'un examen indépendant des principales activités de la Direction et des cadres, ainsi que des procédés et des procédures qui s'y rattachent.

Nous avons également préparé de l'information concernant les valeurs organisationnelles de l'ACFC, notamment les obligations du personnel de gestion et des autres employés, et nous avons mis l'information à la disposition de tous les membres du personnel de l'ACFC.

l'intention ou de la négligence de l'auteur et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

Pour remplir le mandat de l'ACFC visant le maintien de relations fructueuses avec le secteur des services financiers, des membres de l'Agence rencontrent régulièrement des représentants des institutions financières. Certaines réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. L'objectif fondamental est de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements. L'épine dorsale de cette nouvelle culture de la conformité est la collaboration sans réserve des institutions financières.

Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs fournit à l'ACFC des services dans les domaines suivants :

ressources humaines, gestion financière, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour des services en matière de technologie et de communication.

Direction des services juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de ce ministère fait partie de la structure de gestion de l'ACFC et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'ACFC.

GESTION MODERNE

À l'issue d'une évaluation indépendante de la capacité de la fonction de contrôleur, l'ACFC a dressé un plan d'action décrivant les activités, les domaines de responsabilité, les délais d'exécution et le mécanisme de surveillance, qui lui permettraient d'améliorer ses procédés de gestion. Nous avons ensuite examiné minutieusement les possibilités qui s'offraient à nous, compte tenu du mandat de l'ACFC, de sa taille, de ses ressources financières et de son stade de développement. Lorsque les travaux d'évaluation ont été terminés, nous nous sommes essentiellement occupés d'apporter des améliorations dans les quatre domaines qui suivent.

1) Information intégrée sur le rendement

En mars 2004, l'ACFC a travaillé avec Conseils et Vérification Canada pour élaborer son cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CGRR), qui prévoit :

- un « modèle logique » décrivant le programme de l'ACFC du point de vue des activités planifiées, des produits connexes et des résultats escomptés;
- une stratégie d'évaluation présentant les problèmes, les questions et les données liés à l'évaluation;
- une stratégie en matière de rapport.

cartes de débit et les relations entretenues avec les petites entreprises en matière de crédit. En outre, la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie assume les responsabilités suivantes :

- faire enquête sur les plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter, et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances;
- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- promouvoir une culture de la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons l'évaluation mystère, les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux des institutions financières sous réglementation fédérale, et les études effectuées par des tiers.

Pour veiller au respect des lois et des règlements, l'ACFC utilise des méthodes qui vont des mesures administratives à l'imposition d'amendes, ou à la publication de la nature d'une violation, du nom de son auteur et du montant de la sanction pécuniaire imposée. L'approche adoptée pour un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et l'ampleur du problème, la nature de

- traiter la correspondance avec les consommateurs et exploiter un centre d'appels (conjointement avec la SADC).

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la Loi sur les banques, de la Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, de la Loi sur les sociétés d'assurances et de la Loi sur les associations coopératives de crédit.

Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B (voir page 76). Elles s'appliquent aux activités suivantes :

- l'ouverture de comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;
- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
- la divulgation d'information sur les frais et les intérêts des comptes;
- la préparation des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité;
- l'établissement de procédures de traitement des plaintes;
- la divulgation du coût d'emprunt.

La Direction surveille également la conformité aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics mis en place par les institutions financières ou les associations d'institutions pour protéger les consommateurs. Les codes portent sur des sujets comme les

Activités de l'ACFC

RÔLES ET RESPONSABILITÉS OPÉRATIONNELS

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans.

William G. Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer un rapport chaque année au

Parlement par l'intermédiaire du ministre des

Finances et rendre compte régulièrement au

ministre des Finances des activités et des

constatations de l'ACFC;

- gérer les activités de l'ACFC, notamment

assurer la responsabilité de tous les

aspects de la gestion des programmes,

des finances, de l'administration et des

ressources humaines;

- surveiller environ 424 institutions financières

sous réglementation fédérale pour

déterminer si elles se conforment aux

dispositions législatives visant les

consommateurs qui leur sont applicables,

de même qu'à leurs propres codes de

conduite volontaires et engagements publics;

- élargir les initiatives lancées à l'échelle

nationale en matière d'éducation pour

définir les besoins des consommateurs

sur le plan des connaissances financières,

et y répondre.

Le commissaire est membre d'office du conseil

d'administration de la Société d'assurance-dépôts

du Canada (SADC) et siège au Comité de régie

du conseil. Il fait aussi partie du Comité de

surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant du Bureau du surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances et, à ce titre, il fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Loi sur l'Agence de la consommation en

matière financière du Canada exige que l'ACFC

sensibilise les consommateurs aux obligations des

institutions financières en vertu des dispositions

législatives visant les consommateurs qui leur sont

applicables et favorise leur compréhension des

services financiers et des questions s'y rapportant.

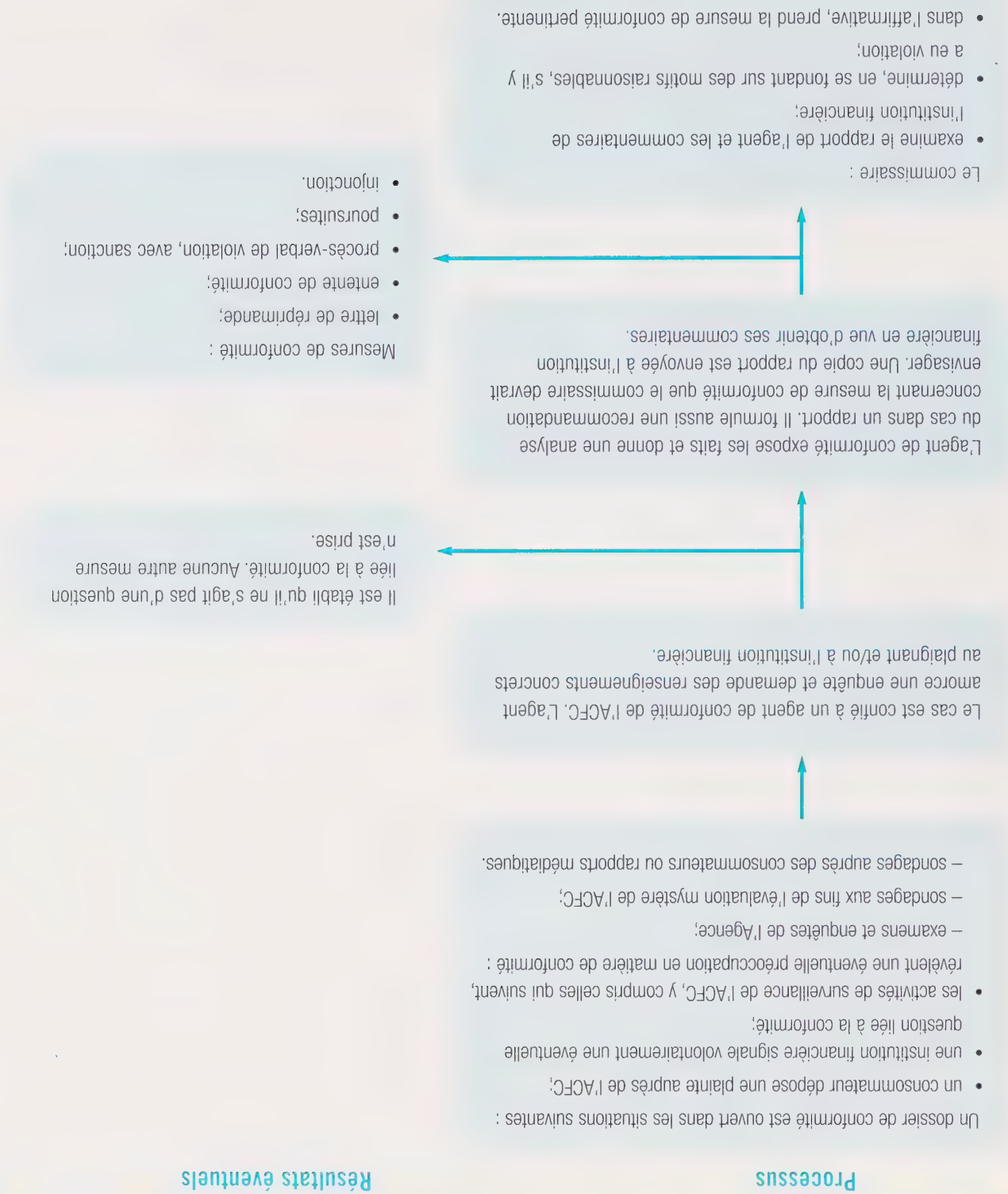
À cette fin, la Direction de l'éducation des

consommateurs et des affaires publiques de

l'ACFC exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages;
- diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;

Schéma 1 : Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC au 31 mars 2005



Donner suite aux préoccupations des Canadiens

LA GESTION DES PLAINTES PAR L'ACFC

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée afin de déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si des éclaircissements doivent être apportés, nous rappelons l'auteur de la plainte dans les 48 heures.

Si la plainte est liée à une éventuelle violation de la loi, un agent de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander à l'auteur de la plainte et à l'institution de lui fournir par écrit des renseignements concrets. Par la même occasion, l'ACFC informe le consommateur au sujet des procédures de traitement des plaintes de l'institution. Lorsque la plainte ne relève pas de notre mandat, nous dirigeons le plaignant vers l'organisation la mieux placée pour l'aider.

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée afin de déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi.



Tableau 9 : Questions relatives aux fermetures de succursales

Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières ¹		2003-2004	2004-2005
Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ²		371	143
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales			
Accordées		4	1
Refusées		3	1
En suspens		0	0
Reçues		6	2
Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales ³			
En suspens		4	0
Reçues		40	10
Retirées		6	4
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées			
Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion		18	9
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion		10	2
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion ⁴		5	6 ⁵

¹ Nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition de succursale prescrite par règlement, ainsi que les demandes visant à modifier le préavis requis.

² Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion. Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.

³ Il est fréquent que les institutions décident de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire les y oblige officiellement.

⁴ Comprend toute demande visant la tenue d'une deuxième réunion, après une réunion dont la tenue a été exigée par le commissaire.

Tableau 8 : Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics¹, selon le type de disposition, 2004-2005

Nombre total Question autre de dossiers fermés en 2004-2005	Respect	Non- respect	Retrait ²	conformité ³
--	---------	-----------------	----------------------	-------------------------

Le **tableau 8** présente la façon dont l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2004-2005. En tout, 206 dossiers concernant ces cas ont été fermés. Les cartes de crédit (responsabilité zéro), les codes relatifs aux cartes de débit et l'accèsibilité des procédures de traitement des plaintes ont été les trois principaux sujets de préoccupation.

Codes de conduite					Engagements publics				
Activités d'assurance autorisées	8	1	1	0	49	0	7	0	56
Code relatif aux cartes de débit									
Principes de la protection des consommateurs dans le commerce électronique	13	0	0	0					13
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	8	0	0	7				0	15
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	19	0	0	3				0	22
Entente sur les comptes à frais modiques	1	0	0	0				0	1
Cartes de crédit — Généralités	2	0	0	0				0	2
Cartes de crédit — Généralités	63	3	7	0				0	73
Responsabilité zéro	2	0	0	1				1	3
Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	2	0	4	0				0	6
Engagement relatif aux services non sollicités	3	0	2	0				0	5
Total	170	4	31	1	206				

¹ Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).
² Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de la plainte.
³ Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

Tableau 7 : *Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005 (suite)*

Nombre total de dossiers fermés	Non-violation	Violation	Retrait	Refus	Acceptation	Prêts
---------------------------------	---------------	-----------	---------	-------	-------------	-------

Dispositions visant les consommateurs	7	3	1	1	2	7
Divulgarion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7					
Divulgarion du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	3					
Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti			1			
Divulgarion de l'information requise en cas de défaut de paiement	1		1			
Divulgarion concernant les services facultatifs	1					
Généralités	5		1			
Remise d'un relevé annuel	2					
Hypothèques						
Divulgarion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7		1			
Divulgarion du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	7		1			
Divulgarion de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	46		2			
Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	2	1				
Divulgarion de l'information requise en cas de défaut de paiement	1					
Divulgarion de l'information requise dans la publicité	1	1				
Divulgarion dans un délai prescrit	1					
Divulgarion concernant les services facultatifs	3		1			
Généralités	6		2			
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	4					
Remise d'une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	1					
Total	659	26	74	9	3	771

IFF : Institution financière fédérale.

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005 (suite)

Nombre total de dossiers fermés	Dispositions visant les consommateurs				Non-violation			
	Procédures de traitement des plaintes	Conformité des entités du groupe	Cartes de crédit		Procédures de traitement des plaintes	Conformité des entités du groupe	Cartes de crédit	
2	Etablissement de procédures de traitement des plaintes	2	Obligation des IFF ¹ d'adhérer à un organisme tiers		12	de règlement des différends		
12		3						
3								
23	Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	22	Divulgateion du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée		43	Divulgateion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée		44
24	Divulgateion de l'information requise dans la publicité	24						
1	Divulgateion de l'information requise sur les formulaires de demande	10						10
18	relevés mensuels	17			1			14
14	Divulgateion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	13			1			47
28	Généralités	27			1			28
24	Remise d'un relevé mensuel	22			1			24
1	Solde minimum requis	1						1
4	Divulgateion des frais de service	3			1			4
28	Divulgateion de la politique de retenue sur les chèques	26			2			28
6	Divulgateion des taux d'intérêt — Généralités	5			1			6
1	Divulgateion des taux d'intérêt dans la publicité	1						1
	Chèques du gouvernement du Canada							
	Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires							
1	de base	1						1
2	Frais d'encasement	1						2
13	Refus d'encasement	9			2			13
2	Dépôts indexés — Divulgateion de l'information requise	2						2
	Marges de crédit							
3	Divulgateion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	3						3
2	Divulgateion du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	2						2
1	Divulgateion de l'information requise dans la publicité	1						1
4	Généralités	4						4
3	Remise d'un relevé mensuel	3						3

Le **tableau 7** indique le nombre de dossiers fermés en 2004-2005 pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition. En tout, 771 dossiers ont été fermés. De ce nombre, 26 cas étaient à l'origine de violations.

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2004-2005

Dispositions visant les consommateurs	Nombre total de dossiers			
	Non-violation	Violation	Retrait	Refus
Divulgaration des frais de tenue de compte	1			
Divulgaration des frais pour l'ouverture d'un nouveau ou deuxième compte	4			
Divulgaration des frais	38	1		
Divulgaration des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul	5			
Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires		1		
Généralités	1			
Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes	3			
Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais	62	6		
Remise d'un avis de refus par écrit	3	3		
Refus d'ouvrir — Généralités	52	11		
Refus d'ouvrir — Faillite	7	1		
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	33	11		
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	30	1		
Dépôt ou solde minimal exigé pour ouvrir un compte	2			
Fermures de sucursales				
Remise du préavis requis	5	3		
Demande visant la tenue de réunions publiques		4		
Demande visant la modification des exigences de préavis			1	
Deuxième demande visant la tenue d'une réunion publique			1	
Ventes liées avec coercition				
Affichage de l'avis d'interdiction de ventes liées avec coercition et accessibilité de l'information	3			
Généralités	9			
		4		
				3
				13

Tableau 6 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2004-2005

Le **tableau 6** indique comment l'ACFC a réglé les cas de conformité pour lesquels des mesures ont été prises en 2004-2005. Les 26 dossiers fermés concernaient des cas qui étaient à l'origine de 30 violations. Ces violations ont donné lieu à des lettres de réprimande, à des ententes de conformité et (dans deux cas) à des sanctions administratives pécuniaires.

Dispositions visant les consommateurs	Nombre de dossiers fermés avec violations	Nombre de violations établies	Décisions du commissaire
---------------------------------------	---	-------------------------------	--------------------------

Comptes			
Défaut d'afficher et de rendre accessible l'information concernant le <i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité ¹
Refus d'ouvrir — Faillite	1	1	1 lettre de réprimande
Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit	11	12	5 lettres de réprimande
Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable	1	1	1 lettre de réprimande
Fermetures de succursales			
Documents non déposés	3	4	1 lettre de réprimande
Cartes de crédit			
Défaut de divulguer le coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée	1	2	1 lettre de réprimande
Aucun relevé mensuel fourni	1	1	1 lettre de réprimande
Divuligation des frais			
Défaut d'afficher et de rendre accessible l'information concernant le <i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité ¹
Frais d'encaissement	1	1	1 lettre de réprimande
Défaut d'afficher et de rendre accessible l'information concernant le <i>Règlement sur l'accès aux services bancaires de base</i>	1	1	1 lettre de réprimande et une entente de conformité ¹
Refus d'encaisser	2	3	2 lettres de réprimande
Hypothèques			
Défaut de divulguer les frais lorsque l'hypothèque est accordée	1	1	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (50 000 \$)
Défaut de divulguer l'information requise dans la publicité	1	1	1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (30 000 \$)
Total	26	30	

¹ La même lettre de réprimande et la même entente de conformité ont été préparées pour ces trois cas.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents¹ (suite)

Codes de conduite et engagements publics
 Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004
 Dossiers ouverts en 2004-2005
 Dossiers fermés en 2004-2005
 Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005

Codes de conduite	2	12	10	4
Activités d'assurance autorisées	14	63	56	21
Code relatif aux cartes de débit	0	13	13	0
Principes de la protection des consommateurs dans le commerce électronique	3	14	15	2
Sous-total	19	102	94	27

Engagements publics		Sous-total			
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	2	24	22	112	39
Entente sur les comptes à frais modiques	0	2	1	5	1
Cartes de crédit — Généralités	2	1	2	2	1
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	16	86	73	29	
Généralités	0	3	3	0	
Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	1	8	6	3	
Engagement relatif aux services non sollicités	1	5	5	1	

Dépôt de documents		Dossiers			
de 2003-2004		concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2003-2004		concernant le dépôt de documents ouverts en 2004-2005	
de 2004-2005		concernant le dépôt de documents fermés en 2004-2005		concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2004-2005	
Fermures de succursales		8	83	86	5
Remise d'un préavis de fermeture		0	24	23	1
Remise d'un préavis pour les succursales en magasin, les agences et les satellites ⁴		1	9	9	1
Remise d'un préavis de fermeture temporaire ⁴		0	27	27	0
Remise de procédures de traitement des plaintes par les nouvelles institutions		4	18	13	9
Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité		0	12	7	5
Procédures de traitement des plaintes révisées ⁴		0	3	0	3
Sous-total		13	176	165	24
Total général pour 2003-2004		139	1 437	1 322	254
Total général pour 2004-2005		257	1 342	1 142	457

1 Les données statistiques pour 2003-2004 ont été présentées différemment dans le présent rapport et celui de l'an dernier. Les écarts sont attribuables au nouveau système de suivi des données de l'ACFC et à la reclassification de certains dossiers. Le système de suivi des données de l'ACFC a été amélioré pour assurer la classification plus précise des communications avec les consommateurs. C'est ainsi que de grandes catégories comme celle des « prêts » ont été ventilées en sous-catégories plus précises comme les « hypothèques » et les « marges de crédit ». Pour être le plus exacte possible, l'ACFC pourrait également reclassifier des dossiers lorsque, après avoir mené une enquête plus poussée, elle découvre que la plainte ou la demande de renseignements se rapporte plus directement à une question autre que la question initialement retenue.

2 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

3 If : institution financière fédérale.

4 Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à en informer le commissaire.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents' (suite)

Dispositions visant les consommateurs	Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Marges de crédit				
Divuligation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	0	6	3	3
Divuligation du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	0	0	2	0
Divuligation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	0	0	5	0
lorsque la marge de crédit est accordée	0	0	1	0
Divuligation de l'information requise dans la publicité	0	0	1	0
Divuligation concernant les services facultatifs	0	0	2	0
Généralités	0	0	6	1
Remise d'un relevé mensuel	2	7	4	5
Prêts				
Divuligation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	6	7	7	6
Divuligation du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	0	5	3	2
Divuligation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	0	2	1	1
le prêt est consenti	0	2	1	1
Divuligation de l'information requise en cas de défaut de paiement	0	2	2	0
Divuligation de l'information requise dans la publicité	1	0	0	1
Divuligation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	1	0	1
Divuligation concernant les services facultatifs	0	2	1	1
Généralités	2	9	6	5
Remise d'un relevé annuel	0	2	2	0
Hypothèques				
Divuligation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	5	7	8	4
Divuligation du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	2	11	8	5
Divuligation de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	9	50	48	11
Divuligation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	1	2	3	0
Divuligation de l'information requise en cas de défaut de paiement	0	3	1	2
Divuligation de l'information requise dans la publicité	2	1	2	1
Divuligation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	0	2	0	2
Divuligation concernant les services facultatifs	1	5	4	2
Généralités	0	11	8	3
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	2	2	4	0
Remise de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	0	7	1	6
Sous-total	203	935	771	367

33

Procédures de traitement des plaintes			
Dossiers en	Dossiers ouverts	Dossiers fermés	Dossiers en suspens à la fin de
2003-2004	2004-2005	2004-2005	2004-2005
3	69	12	60
2	2	3	1
1	2	0	3
Cartes de crédit			
0	1	0	1
Divulgué en langage simple			
0	1	0	1
Divulgué des changements apportés aux frais d'intérêt			
0	1	0	1
Divulgué des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit			
4	24	23	5
17	48	44	21
Divulgué du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée			
5	42	24	23
Divulgué d'intérêt lorsque la carte est attribuée			
7	15	18	4
Divulgué de l'information requise sur les relevés mensuels			
0	2	1	1
Divulgué de l'information requise dans la publicité			
4	10	10	4
formulaires de demande			
14	3	14	3
Divulgué du coût d'emprunt exprimé en taux annuel			
4	51	47	8
Divulgué concernant les services facultatifs			
5	28	28	5
Généralités			
14	57	24	47
Remise d'un relevé mensuel			
1	0	1	0
Solde minimal requis			
2	4	4	2
Divulgué des frais de service			
0	34	28	6
Divulgué de la politique de retenue sur les chèques			
0	7	6	1
Divulgué des taux d'intérêt — Généralités			
0	1	1	0
Divulgué des taux d'intérêt dans la publicité			
0	1	0	1
Examens — Par institution			
Chèques du gouvernement du Canada			
Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base			
1	1	1	1
Frais d'encaissement			
0	2	0	2
Remise d'un avis de refus par écrit			
5	13	13	5
Refus d'encaisser			
Dépôts indexés — Divulgué de l'information requise			
0	2	2	0

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents¹

Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004	Dossiers ouverts en 2004-2005	Dossiers fermés en 2004-2005	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
---	-------------------------------	------------------------------	---

Dispositions visant les consommateurs

Divulgateion des frais de tenue de comptes 1 0 1 0

Divulgateion des frais pour l'ouverture d'un nouveau ou deuxième compte 0 5 4 1

Divulgateion des frais 1 47 39 9

Divulgateion des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul 5 4 5 4

Divulgateion de l'information requise sur l'avis de refus donné par écrit 0 1 0 1

Affichage et accessibilité de l'information concernant le règlement sur l'accès aux services bancaires de base 1 1 1 1

Généralités 0 0 1 0

Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes 0 4 3 1

Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais 0 78 68 10

Remise d'un avis de refus par écrit 1 8 6 3

Refus d'ouvrir — Généralités 13 66 63 16

Refus d'ouvrir — Faillite 6 6 11 1

Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit 32 60 60 32

Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable 7 31 33 5

Dépôt ou solde minimal exigé pour ouvrir un compte 0 2 2 0

Remises de préavis requis 3 7 8 2

Demande visant la tenue de réunions publiques² 4 9 13 0

Demande visant la modification des exigences de préavis 0 2 2 0

Deuxième demande visant la tenue d'une réunion publique 0 1 1 0

Ventes liées avec coercition

Affichage de l'avis d'interdiction de ventes liées avec coercition et accessibilité de l'information 1 3 3 1

Généralités 4 16 13 7

Le tableau 5 donne un aperçu du nombre de cas de conformité, selon la nature des questions liées à la conformité. En 2004-2005, 1 342 dossiers ont été ouverts; 1 142 étaient fermés à la fin de l'année.

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS ET PLAINTES REÇUES À PROPOS DE LA CONFORMITÉ

Les tableaux qui suivent présentent l'information relative aux communications de l'ACFC avec les Canadiens au sujet de la conformité aux dispositions visant les consommateurs et aux codes de conduite.

Le **tableau 4** fait état des communications reçues par l'ACFC à propos de la conformité depuis 2003-2004. En 2004-2005, le nombre de communications a diminué d'environ 12 p. 100 par rapport à l'année précédente.

Tableau 4 : Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

Codes de conduite et engagements publics ¹		2003-2004	2004-2005
Plaintes		268	220
Demandes de renseignements		44	9
Plaintes signalées directement par les institutions ²		0	11
Dispositions visant les consommateurs			
Plaintes		490	517
Demandes de renseignements		33	18
Plaintes signalées directement par les institutions ³		334	418
Dépôt de documents			
		395	176
Total		1 564	1 369

¹ Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).
² Jusqu'à maintenant, le commissaire n'a pas exercé son droit d'obliger les institutions financières à signaler directement les plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics.
³ Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions
autres que la conformité, selon la catégorie¹, 2004-2005 (suite)

Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Assurances			
Automobile	26	30	56
Généralités	5	14	19
Habitation	32	24	56
Vie	11	19	30
Prêts	0	1	1
Soins médicaux	1	0	1
Hypothèques	0	1	1
Petites et moyennes entreprises	5	5	10
Non précisé	362	560	922
Sous-total	442	654	1 096
Investissements			
Obligations d'épargne du Canada	3	16	19
Certificats de placement garantis	6	2	8
Fonds communs de placement	1	5	6
Régimes de retraite	1	9	10
Régimes enregistrés d'épargne-études	13	39	52
Fonds enregistrés de revenu de retraite	1	1	2
Régimes enregistrés d'épargne-retraite	12	10	22
Non précisé	393	904	1 297
Sous-total	430	986	1 416
Prêts			
Automobile	41	207	248
Location	8	24	32
Marges de crédit	49	29	78
Hypothèques	289	349	638
Prêts sur salaire	2	2	4
Prêts personnels	4	6	10
Prêts étudiants	45	181	226
Non précisé	465	490	955
Sous-total	903	1 288	2 191
Total général	5 059	20 621	25 680

¹ Ne comprend pas les demandes des médias.

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2004-2005 (suite)

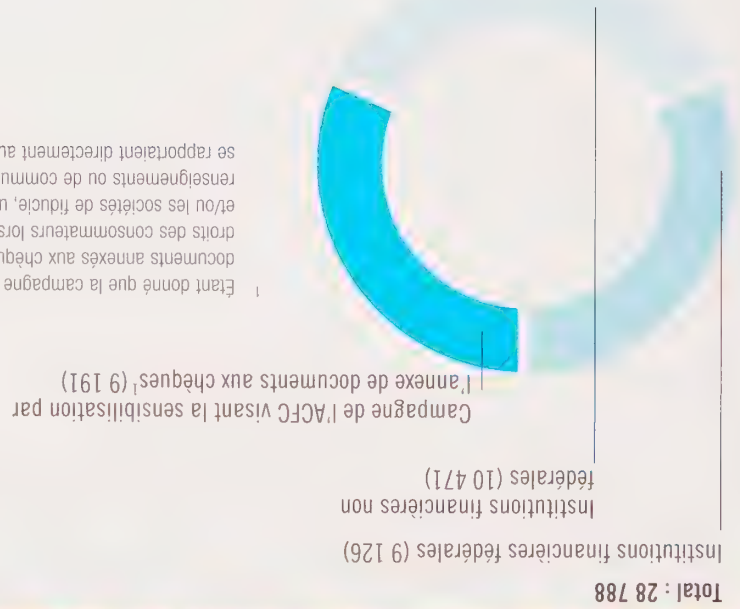
Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Rapports de solvabilité / Antécédents			
Sous-total	867	1 093	1 960
Divuligation	0	1	1
Frais	52	53	105
Fraude	58	44	102
Assurances	49	95	144
Taux d'intérêt	64	68	132
Télématique bancaire	2	1	3
Débts préautorisés	2	0	2
Questions sur la protection des renseignements personnels	3	5	8
Qualité du service	30	6	36
Démarchage	76	62	138
Transferts de soldes	15	8	23
Autres	127	438	565
Institutions financières			
Sous-total	124	867	991
Billets de banque	7	11	18
Fermetures de succursales	108	150	258
Succursales	1	1	2
Pièces de monnaie	0	1	1
Procédures de traitement des plaintes	35	67	102
Coordonnées	2	11	13
Questions de succession	42	57	99
Taux de change	8	37	45
Légitimité	0	16	16
Taux d'intérêt maximal	4	39	43
Qualité du service	86	20	106
Réglementation	0	11	11
Coffres-forts	2	1	3
Demandes de renseignements généraux			
Sous-total	295	422	717
ACFC	0	7	7
Renvois à d'autres ministères ou organismes	4	107	111
Réglementation	7	423	430
Petites et moyennes entreprises	34	179	213
Autres	720	11 033	11 753
Sous-total	765	11 749	12 514

Le **tableau 3** indique les demandes de renseignements et les plaintes destinées à l'ACFC au cours de l'année, à l'exception des questions relatives à la conformité.

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2004-2005

Catégorie	Plaintes	Demandes de renseignements	Total
Comptes			
Guichets automatiques bancaires	53	40	93
Accès aux fonds	58	40	98
Conventions	10	2	12
Paiement de factures (en succursale)	0	1	1
Frais	75	65	140
Chèques	305	1 110	1 415
Fermeture de comptes	48	16	64
Ventes liées avec coercition	1	3	4
Recouvrement	32	12	44
Cartes de débit	45	82	127
Dépôts directs	4	882	886
Traites ou mandats	3	0	3
Fraude	15	27	42
Taux d'intérêt	4	7	11
Télématique bancaire	13	10	23
Ouverture	106	487	593
Découverts	21	7	28
Achats au point de vente	3	1	4
Dépôts préautorisés	65	39	104
Questions sur la protection des renseignements personnels	90	116	206
Qualité du service	71	12	83
Droit de compensation	67	61	128
Relevés	1	0	1
Services bancaires par téléphone	2	1	3
Virements	1	2	3
Autres	140	539	679
Sous-total	1 233	3 562	4 795
Cartes de crédit			
Demandes	16	106	122
Paiement de factures	93	79	172
Annulations	28	38	66
Modification des conditions	17	11	28
Recouvrement	218	63	281
Procédures de traitement des plaintes	3	0	3
Chèques de dépannage	5	1	6
Gestion de la dette	6	11	17
Dépôts	3	3	6

Figure 5 : Nombre de communications destinées à l'ACFC, selon l'origine, 2004-2005



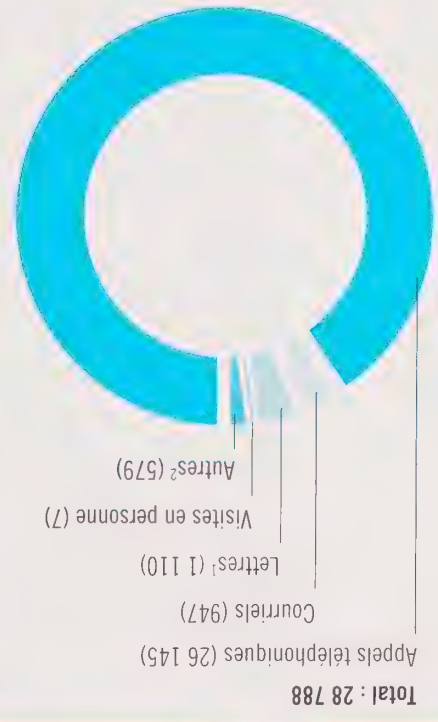
¹ Étant donné que la campagne menée par l'ACFC au moyen de documents annexés aux chèques a essentiellement porté sur les droits des consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les banques et/ou les sociétés de fiduciaire, un grand nombre de demandes de renseignements ou de communications découlant de cette initiative se rapportaient directement aux institutions financières fédérales.



Sur les 28 788 communications
reçues par l'ACFC, 90,8 p. 100
ont eu lieu par téléphone.

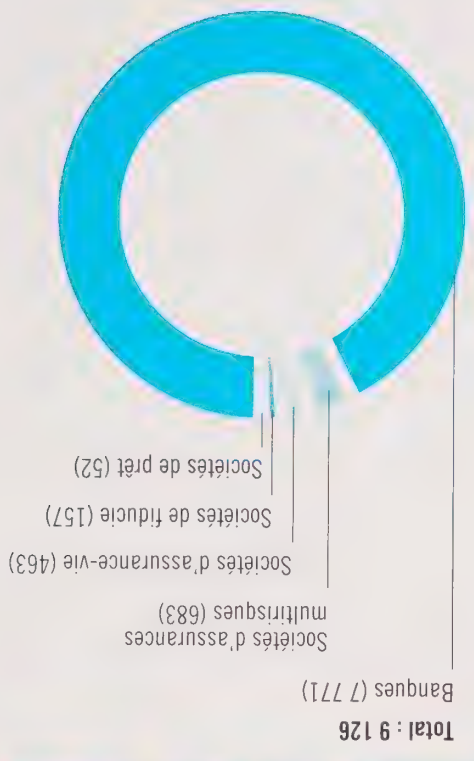
La figure 3 indique le mode de communication utilisé par les consommateurs pour présenter des demandes de renseignements et des plaintes à l'ACFC. Sur les 28 788 communications reçues, 90,8 p. 100 ont eu lieu par téléphone.

Figure 3 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2004-2005



¹ Comprend les lettres, les télécopies et les appels téléphoniques qui exigeaient une réponse par écrit.
² Comprend les cas ouverts par l'ACFC et les plaintes signalées directement par les institutions financières.

Figure 4 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2004-2005



Les figures 4 et 5 indiquent les demandes de renseignements et les plaintes reçues par l'ACFC, selon le type d'institution financière et l'origine.

Questions qui préoccupent les Canadiens

L'ACFC suit de près un grand nombre de demandes de renseignements et de plaintes qui lui sont transmises par l'intermédiaire du Centre de communications avec les consommateurs, par le truchement des communications personnelles directes, du courriel et de la poste. Les figures et tableaux qui suivent indiquent le mode de communication que les Canadiens ont choisi pour communiquer avec l'ACFC en 2004-2005 et l'objet de leurs communications.

NOMBRE TOTAL DE DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS ET DE PLAINTES REÇUES

Le **tableau 2** indique le nombre total de demandes de renseignements et de plaintes reçues au cours de l'année, ventilé selon le lieu. La majorité des personnes qui ont communiqué avec l'ACFC et qui ont précisé leur lieu de résidence provenaient de l'Ontario, de l'Alberta ou du Québec.

Tableau 2 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique, 2004-2005

Région	Total
Alberta	2 966
Colombie-Britannique	1 813
Manitoba	1 121
Nouveau-Brunswick	880
Terre-Neuve	409
Nouvelle-Écosse	818
Nunavut	18
Territoires du Nord-Ouest	29
Ontario	7 239
Île-du-Prince-Édouard	71
Québec	5 784
Saskatchewan	710
Yukon	15
États-Unis	96
Pays étrangers autres que les États-Unis	74
Provenance inconnue ¹	6 745
Total	28 788

¹ La région n'a pas été précisée par la personne qui a communiqué avec l'ACFC.

L'ACFC offre un service très utile aux Canadiens en donnant suite de façon efficace et efficiente aux préoccupations concernant le secteur financier qu'ils portent à son attention.

02

DANS L'INTÉRÊT DES CANADIENS



A l'automne 2004, l'ACFC a mené à bien son troisième examen général annuel portant sur l'ensemble des 424 institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen vise à évaluer leur conformité aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. L'ACFC a constaté que les institutions se conformaient généralement aux dispositions. Néanmoins, l'Agence a ouvert quelques dossiers relatifs à la conformité lorsque des questions spécifiques ont été soulevées.

Cette année, la Direction a continué de publier son bulletin trimestriel *Connexion conformité* à l'intention du secteur des services financiers. Parmi les sujets abordés dans le bulletin, mentionnons l'examen du cadre de conformité, la réglementation sur la politique de retenue de chèques et la façon d'améliorer la conformité au Règlement sur l'accès aux services bancaires de base.



Néanmoins, la banque s'est efforcée de donner un préavis partiel à la fois aux clients et au commissaire sept mois avant la date proposée de la fermeture. La banque a également tenu le commissaire et les clients au courant de l'évolution de la situation, à mesure que les choses se précisaient. En conséquence, la demande de la banque visant la modification des modalités de temps et de forme de la communication du préavis a été acceptée.

Mise à jour du cadre de conformité

En 2004-2005, l'ACFC a révisé et mis à jour son cadre de conformité. Toutes les modifications proposées par l'Agence ont été soumises aux associations du secteur et celles des consommateurs afin de recueillir leurs commentaires. En mars 2005, des changements importants ont été apportés au cadre pour le mettre à jour. Il a ensuite été affiché dans le site Web de l'ACFC.

Évaluation mystère

Le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* est entré en vigueur le 30 septembre 2003. En 2004-2005, l'ACFC a mené une évaluation mystère à grande échelle afin d'évaluer le rendement des banques au titre de la conformité au nouveau *Règlement*. Entre novembre 2004 et mars 2005, les clients mystères ont visité de nombreuses succursales bancaires et ont essayé d'encasser des chèques du gouvernement fédéral et/ou d'ouvrir un compte. Ils se sont également procuré des brochures à chaque succursale pour vérifier l'information qu'elles contenaient. Les résultats de l'évaluation seront analysés en 2005-2006.

Divulgaration de la pénalité pour remboursement anticipé

En 2003-2004, l'ACFC a examiné la clarté du langage utilisé par sept banques dans la divulgation de la clause de pénalité pour remboursement anticipé des documents hypothécaires. L'Agence a étudié une certaine de documents hypothécaires comportant cette clause en français et en anglais.

Code relatif aux cartes de débit

Il fait partie du mandat de l'ACFC de veiller au respect du Code de pratique canadien des services de cartes de débit par les institutions financières sous réglementation fédérale. Le Code précise que dans certaines circonstances, les consommateurs ne seront pas tenus responsables de l'utilisation non autorisée de leur carte de débit.

En 2004, le Code a été révisé pour clarifier la procédure à suivre en cas de transaction non autorisée et pour régler d'autres problèmes liés aux transactions. La version révisée devrait être mise en œuvre en septembre 2005. Une fois le Code révisé en place, l'ACFC continuera de veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment.

• **Défaut de divulguer les frais et les conditions**

Un examen annuel de l'ACFC a révélé qu'une banque avait omis d'afficher un énoncé des conditions qui régissent l'ouverture des comptes et l'encaissement des chèques du gouvernement du Canada, et de le mettre à la disposition des consommateurs, comme l'exige le *Règlement sur l'accès aux services bancaires*. Elle avait aussi omis d'afficher et de mettre à la disposition des consommateurs un énoncé des frais applicables aux comptes de dépôt. Une lettre de réprimande faisant état de trois violations lui a été adressée.

La banque a par la suite conclu une entente de conformité avec l'ACFC. Elle a accepté de passer en revue toutes les dispositions pertinentes visant les consommateurs, pour toutes ses succursales; de rendre compte à l'ACFC de la façon dont elle respectait chacune des dispositions; de discuter des lacunes relevées en matière de conformité et des mesures correctives prises; et de se soumettre à un examen mené sur place par l'ACFC pour vérifier si elle s'était acquittée de ses obligations envers les consommateurs.

• **Refus d'ouvrir un compte de dépôt de détail**

En l'espace de deux mois, l'ACFC a reçu six plaintes de la part de consommateurs déclarant que plusieurs succursales d'une banque donnée avaient refusé de leur ouvrir un compte de dépôt de détail en raison de renseignements défavorables les concernant versés dans leurs dossiers de crédit. Pendant cette même période, l'ACFC a également reçu une septième plainte du même ordre signalée par la banque elle-même.

• **Demande visant la modification des modalités de temps et de forme de la communication du préavis de fermeture de succursales**

Le commissaire a fait remarquer qu'en vertu du *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, les renseignements défavorables figurant dans les antécédents de crédit d'un consommateur ne constituent pas un motif raisonnable pour en arriver à la conclusion que le compte sera utilisé à des fins illégales ou frauduleuses. Il a aussi noté que de tels renseignements n'aboutissent pas systématiquement au refus d'ouvrir un compte. Par conséquent, le commissaire a adressé une lettre de réprimande à la banque, faisant état de sept violations de sa part.

L'intervention de l'ACFC a amené la banque à réexaminer et à améliorer sa procédure d'ouverture de comptes. La banque a aussi offert d'ouvrir des comptes de détail aux consommateurs auxquels elle avait précédemment refusé de le faire. Elle n'a reçu aucune plainte de cet ordre depuis la mise en œuvre de sa nouvelle procédure.

En raison de problèmes de construction à une nouvelle succursale devant remplacer une succursale en activité, une banque a omis de donner un préavis de la fermeture d'une succursale en bonne et due forme au commissaire et aux clients dans le délai de quatre mois prescrit par le *Règlement sur les préavis de fermeture de succursales*.

ne respectait pas le *Règlement*, qui exige que l'on divulgue un taux d'intérêt annuel.

Après avoir été saisie d'une telle demande de la part de la banque, la Cour a ordonné que l'on infirme la décision, en s'appuyant sur une formalité de procédure. La Cour ne s'est pas attaquée au fond de la question visée par l'appel. Depuis cette affaire, l'ACFC a apporté des améliorations à sa procédure de traitement des cas pour tenir compte de la décision de la Cour et gérer de telles situations plus efficacement à l'avenir³. La version à jour de la procédure entrera en vigueur en 2005-2006.

Autres décisions du commissaire

Les décisions du commissaire dont il est fait état ci-après montrent la façon dont l'ACFC s'y prend pour protéger et informer les consommateurs, et pour promouvoir la transparence au sein du secteur des services financiers. Les décisions sont représentatives de celles qui ont été publiées dans le site Web de l'ACFC en 2004-2005. Elles se rapportent à des cas qui ont amené le commissaire à prendre une décision finale concernant la violation d'un règlement ou encore le non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public.

• Défaut de fournir un document d'information sur une base régulière

Un consommateur a communiqué avec l'ACFC pour lui signaler que malgré le solde reporté sur son compte de carte de crédit, il ne recevait aucun relevé de compte. Une enquête a été menée et a révélé que pendant environ dix mois, la banque avait omis d'envoyer des

• Défaut d'encaisser un chèque du gouvernement fédéral

Relevés mensuels à son client, comme l'exige le *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. En conséquence, une lettre de réprimande faisant état d'une violation lui a été adressée. La banque a découvert qu'un message de « retenue » sur les relevés avait été placé à tort dans le dossier du client. La banque a réglé le problème du consommateur, puis a passé en revue ses procédures internes pour veiller à ce que les relevés soient envoyés par la poste aux consommateurs, comme convenu.

Une banque a refusé d'encaisser un chèque du gouvernement fédéral à un consommateur non-client qui lui avait présenté des pièces d'identité valides et qui remplissait les conditions prescrites par le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*. La banque a par la suite omis de lui remettre un avis de refus par écrit. Par conséquent, une lettre de réprimande faisant état de deux violations lui a été adressée.

Après l'intervention de l'ACFC, la banque a amélioré le cours de formation qu'elle donne à ses nouveaux employés afin de mettre davantage l'accent sur le *Règlement*. Elle a également transmis un message à tous les gérants et employés des succursales, pour attirer leur attention sur les exigences du *Règlement*.

³ Pour des précisions sur la décision rendue par la Cour fédérale du Canada dans cette affaire, veuillez consulter le site <http://decisions.fct.gc.ca/cf/2004/2004ct1665.shtml>

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

PROTÉGER LES CONSOMMATEURS

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour rôle de surveiller et d'appliquer les lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les institutions financières. Lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs, le commissaire peut adopter une ou plusieurs mesures d'exécution suivantes : lettre de réprimande, entente de conformité ou sanction administrative pécuniaire.

Décisions importantes du commissaire

En novembre 2004, le commissaire a annoncé publiquement que deux institutions financières sous réglementation fédérale avaient été trouvées coupables d'avoir violé les lois qui protègent les consommateurs de produits et de services financiers. Le commissaire a imposé des amendes totalisant 80 000 \$ à ces institutions.

- Hypothèques Firstline, une division d'Hypothèques CIBC Inc., s'est vu imposer une amende de 50 000 \$ pour avoir enfreint l'alinéa 8(1)(g) du *Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiduciaire et de prêt)*. L'institution n'avait pas divulgué entièrement par écrit la nature et le montant des frais autres que les intérêts qui sont exigés lorsque la fréquence des paiements

Cas de la MBNA

Après hypothécaires est modifiée. Après l'intervention de l'ACFC, tous les clients d'Hypothèques Firstline ont reçu un barème des frais.

- La Banque Laurentienne du Canada s'est quant à elle vu imposer une amende de 30 000 \$ pour avoir enfreint le paragraphe 19(1) du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. La banque avait affiché dans ses succursales de détail des annonces publicitaires qui indiquaient un taux d'intérêt hypothécaire sans préciser la durée du prêt, comme l'exige le *Règlement*. Immédiatement après l'intervention de l'ACFC, la Banque Laurentienne a retiré les affiches de ses succursales. Elle a également modifié ses politiques internes concernant la publicité dans les succursales pour être certaine de se conformer au *Règlement* à l'avenir.

En mars 2004, la Banque MBNA a présenté une demande de révision judiciaire et a interjeté appel, devant la Cour fédérale du Canada, de la décision du commissaire de lui imposer une sanction de 50 000 \$ pour cause de violation du paragraphe 11(1) du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*. Le commissaire avait établi que le libellé des formulaires de demande de carte de crédit, qui faisait état d'un « taux aussi bas que »

peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

Pour en savoir plus sur les services aux consommateurs, se reporter à la page 51.

Relations avec les médias

L'ACFC considère que les médias sont un

circuit essentiel permettant au public d'accéder à d'importants renseignements financiers. En

2004-2005, l'Agence a répondu à de nombreux appels de journalistes qui voulaient obtenir de

l'information sur des questions préoccupant les consommateurs de produits et de services

financiers. C'est ainsi que l'ACFC a été

mentionnée dans les médias plus de 200 fois, ce qui lui a permis de communiquer des

renseignements importants au sujet du secteur financier à plus de 20 millions de Canadiens². Ce type de couverture est de loin la façon la plus rentable d'informer les Canadiens sur leurs droits et de les sensibiliser aux activités que mène l'Agence.

Dans les articles concernant l'ACFC, les trois principaux sujets ayant retenu l'attention des médias étaient les suivants : les problèmes liés aux cartes de crédit; les frais de service; et deux décisions importantes du commissaire dans le cadre desquelles il a publié le nom d'institutions, soit Hypothèques Firstline et la Banque Laurentienne du Canada, ayant violé les lois fédérales qui protègent les consommateurs de produits et de services financiers.

Perspectives d'avenir

La Commission a plusieurs projets en cours de réalisation et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

En 2005-2006, l'Agence continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs et elle continuera de travailler à améliorer ses services aux consommateurs.

² L'ACFC calcule le nombre global « d'impressions d'audience » en faisant la somme des chiffres relatifs au tirage ou à la diffusion des divers médias dans lesquels l'Agence a été mentionnée. Dans le cas des médias où il n'a pas été possible d'établir ces chiffres avec précision, aucun chiffre n'a été ajouté au total.

d'avantage les Canadiens aux services qu'elle offre. La campagne s'est déroulée dans les grandes villes du pays, par l'intermédiaire de divers médias imprimés et électroniques, y compris le populaire site Web www.canoe.ca. La presse écrite a permis de joindre environ 6,95 millions de consommateurs, et le réseau Internet plus de 1,2 million.

Services de communications avec les consommateurs

Les Services de communications avec les consommateurs (SCC) sont chargés de gérer toutes les communications que l'ACFC reçoit des consommateurs, qu'il s'agisse de visites sur place ou de communications par téléphone, par courriel ou par la poste. Bien souvent ils sont le premier point d'accès servant d'intermédiaire entre les consommateurs et l'Agence. Le personnel hautement compétent des SCC veille à ce que :

- les consommateurs soient traités de façon convenable et professionnelle;
- les demandes de renseignements et les plaintes des consommateurs soient évaluées correctement;
- les bons renseignements soient fournis sans tarder;
- la question de chaque consommateur soit assignée au bon service de l'ACFC, pour qu'on y donne suite.

La plupart des Canadiens communiquent avec l'ACFC par l'intermédiaire de la ligne téléphonique sans frais du Centre de communications avec les consommateurs. Les agents d'information du Centre répondent aux questions des consommateurs et offrent leur aide dans les deux langues officielles. Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h, heure normale de l'Est, du lundi au vendredi. Les personnes qui appellent vous à la source », destinée à sensibiliser

Colloques financiers
Depuis 2003, l'ACFC participe aux conférences et expositions organisées pour les investisseurs dans le cadre du Salon financier. Elle y partage un stand avec la Société d'assurance-dépôts du Canada. Ces salons offrent aux investisseurs canadiens l'occasion d'en savoir plus sur l'Agence. Ils se sont tenus au début de 2005 à Toronto et à Vancouver, et ils ont attiré environ 6 000 personnes.

Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier

Le commissaire de l'ACFC a assisté à la deuxième réunion du Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, qui a eu lieu en Irlande en octobre 2004. Cette rencontre a permis aux représentants de plus de 17 pays membres d'échanger de l'information sur la protection des consommateurs et leur sensibilisation au secteur des services financiers.

Pavillon du Canada

Au Festival des lumières 2004 de Charlottetown, l'ACFC a participé au Pavillon du Canada en donnant à 19 000 festivaliers un aperçu de l'Agence. Chaque été, le pavillon itinérant, financé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, offre la possibilité aux organismes gouvernementaux de se faire mieux connaître partout au pays. Au cours de l'année à venir, l'ACFC joindra encore plus de Canadiens en participant à un nombre accru de ces expositions dans plusieurs villes canadiennes. Cela lui permettra d'accroître la portée de sa fonction de liaison externe et de renforcer considérablement sa présence publique.

Publicité

En mars 2005, l'ACFC a mené une campagne publicitaire bilingue, sous le thème « Branchez-

langage simple, a été préparé de manière à être accessible aux nouveaux arrivants au pays et aux Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées.

Les 26 ateliers ont été tenus à Toronto, dans les YMCA, des écoles pour adultes, des centres coopératifs pour adultes et des centres d'emploi. Ces ateliers s'adressaient aux néo-Canadiens, aux immigrants admis et aux investisseurs débutants. En 2004-2005, ces ateliers ont permis de joindre directement plus de 790 personnes.

- L'ACFC et RHDCC ont organisé conjointement un projet pilote dans le cadre de l'initiative nationale pour les sans-abri. L'ACFC a préparé des ateliers à l'intention des fournisseurs de services aux personnes à risques et sans abri dans les régions de Kitchener-Waterloo et de Cambridge. Trois ateliers ont permis de renseigner 32 fournisseurs de services et 20 personnes à risques.

Annexe de documents aux chèques

Grâce aux partenariats qu'elle a établis avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada, l'ACFC a pu joindre 7,5 millions de consommateurs en 2004-2005. L'ACFC leur a fourni de l'information sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire, l'accès aux comptes à frais réduits et la formule du dépôt direct pour les chèques du gouvernement du Canada.

Cette information a été communiquée au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre du remboursement de la TPS, de la Prestation fiscale pour enfants, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada en octobre et en novembre 2004. Cette initiative a permis à plus



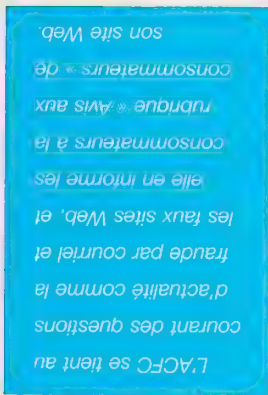
de 230 000 Canadiens d'opter pour la formule du dépôt direct pour leurs chèques de remboursement de la TPS et de Prestation fiscale pour enfants. Le dépôt direct est un moyen plus sûr et plus rapide d'obtenir son argent, tout en réduisant les coûts assumés par les contribuables.

Avis aux consommateurs

L'ACFC se tient au courant des questions d'actualité comme la fraude par courriel et les faux sites Web, et elle en informe les consommateurs à la rubrique « Avis aux consommateurs » de son site Web. Cette année, l'Agence a publié des avis, entre autres sur les courriels frauduleux utilisant la technique de « l'hameçonnage » et les virus. Elle a également fourni de l'information aux consommateurs qui avaient acheté des billets d'avion de Jetso avec une carte de crédit.

Présentation au personnel des députés

L'ACFC a présenté un exposé d'une heure, dans les deux langues officielles, aux employés des députés qui sont appelés à traiter avec les électeurs. L'exposé, intitulé « Le Parlement et l'ACFC : aider les consommateurs canadiens de produits et de services financiers », leur a donné un aperçu de l'ACFC et a expliqué son rôle et son mandat. Les bureaux de circonscription de plusieurs députés distribuent maintenant les publications de l'ACFC au public.



Questions et réponses

La section « Questions et réponses » du site Web de l'ACFC s'adresse aux consommateurs. Il s'agit de l'une des ressources d'information en matière financière les plus complètes au Canada. En 2005-2006, l'ACFC révisera l'interface-utilisateur de « Questions et réponses » pour la rendre plus conviviale.

Liaison externe

L'ACFC étant une organisation relativement petite, son personnel doit travailler fort pour communiquer l'information aux Canadiens. Grâce à l'appui sans réserve de ses partenaires, l'Agence a vu ses activités de liaison externe prendre de l'ampleur, devenir plus spécialisées et plus perfectionnées.

Liaison externe pour la promotion

du langage simple

- L'ACFC a participé aux forums « Pour

des communications plus claires », un

projet de la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. Dans le cadre de ce projet, des forums ont été organisés partout au Canada afin de promouvoir

l'utilisation d'un langage simple dans les

communications avec le grand public.

Notre contribution aux forums nous a

permis de mettre à profit notre expérience

de la production de documents destinés

aux personnes dont les capacités de

lecture et d'écriture sont limitées.

- Lors d'une série d'ateliers pilotes, des

représentants de l'ACFC ont utilisé notre tout

nouveau guide *Former l'agent de formation*

pour fournir de l'information au sujet de

l'Agence et du *Règlement sur l'accès aux*

services bancaires de base. Le guide, qui fait

valoir les principes de la communication en

Base de données de l'ACFC sur

le traitement des plaintes

Lancée en mars 2005, la base de données sur le traitement des plaintes est un outil en ligne qui aide les consommateurs à trouver et à comprendre les procédures de traitement des plaintes des institutions financières. Les utilisateurs peuvent faire une recherche selon le type d'institution financière ou le nom de la banque, de la société d'assurances, de la société de prêt, de l'association de détail ou de la société de fiduciaire.

Base de données de l'ACFC sur

les fermetures de succursales

Cette base de données sur les fermetures de succursales, accessible en ligne, permet aux consommateurs de visualiser les fermetures par date, lieu et institution financière. Ils peuvent également trouver l'emplacement de la succursale bancaire où leurs comptes ont été transférés.

Guides et outils en ligne

En mars 2005, nous avons mis à jour et réédité

deux de nos principales publications en ligne, soit *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*. Les cartes de

crédit : à vous de choisir est un guide complet qui

aide les consommateurs à comparer les diverses

cartes de crédit offertes au Canada ainsi que

les frais de service prélevés pour certaines

transactions. Le *Guide du coût des services*

bancaires aide les consommateurs à trouver

les faits de services bancaires qui répondent

le mieux à leurs besoins.

Décisions du commissaire

Pour atteindre ses objectifs de transparence et de divulgation, l'ACFC a de nouveau affiché dans son site Web en 2004-2005 les décisions finales du commissaire relativement à des cas de conformité.

Ressources du site Web

En 2004-2005, le site Web de l'ACFC a attiré en moyenne presque 1 300 visiteurs par jour, soit près du double de la moyenne quotidienne de l'année précédente (voir le **tableau 1**). Plus de 450 000 visites ont été enregistrées au cours de l'année, contre 254 854 en 2003-2004. Le nombre de visites du site Web sur une base annuelle a plus que triplé depuis notre première année d'activités complète en 2002-2003.

En mars 2005, le nombre de visites du site Web a atteint un sommet, soit 59 612, et ce succès tient sans doute en partie à la campagne publicitaire que nous avons menée pendant ce mois. La publication de l'ACFC la plus fréquemment téléchargée était *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, suivie des brochures (aussi bien les versions anciennes que nouvelles) qui décrivent les droits des Canadiens lorsqu'ils ouvrent un compte bancaire. Dans l'ensemble, les publications de l'ACFC ont été téléchargées du Web à 342 810 reprises en 2004-2005.

Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	2002-2003	2003-2004	2004-2005
Nombre de visites ¹	132 197	254 854	458 253
Nombre moyen de visites par jour	362	696	1 300
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	—	6 593	11 652
Nombre de consultations de l'outil Guide du coût des services bancaires	—	14 744	7 492

¹ Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si le visiteur reste inactif plus de 30 minutes, la visite est considérée comme terminée. Si le visiteur continue à consulter le site de l'ACFC après la limite du temps mort de 30 minutes, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite.

Figure 2 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement

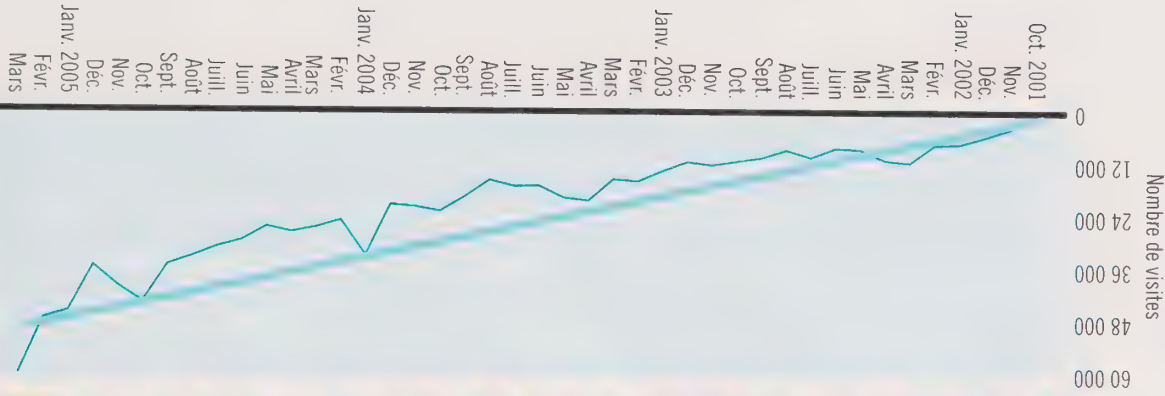
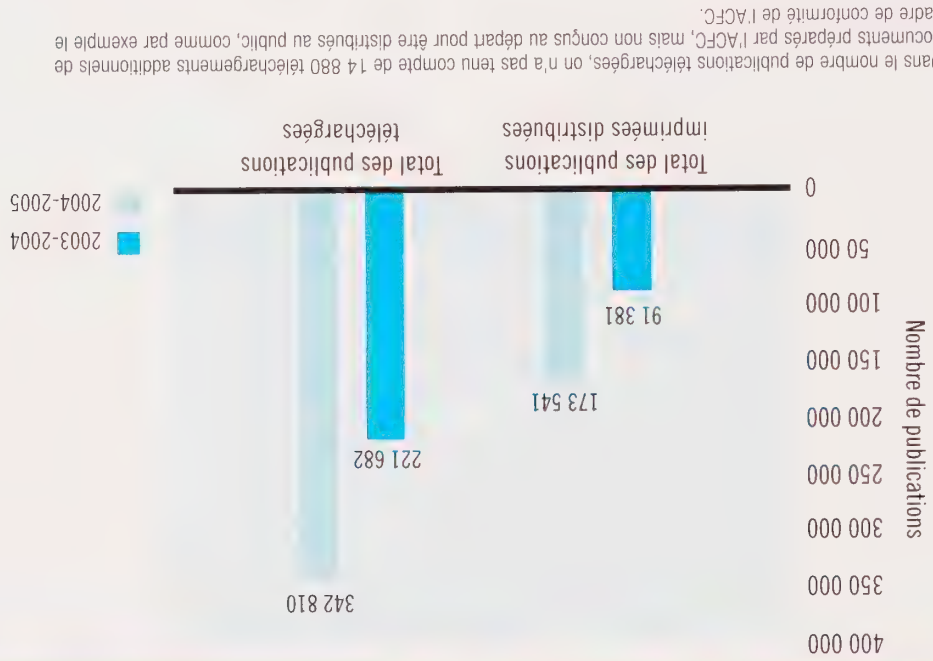


Figure 1 : Distribution des publications de l'ACFC¹



Enquêtes et études

- En février 2005, l'ACFC a retenu les services d'une société de recherche indépendante, Ipsos-Reid, afin de déterminer :
 - les raisons pour lesquelles les consommateurs pourraient ne pas avoir de compte de chèques ou de compte d'épargne;
 - les raisons pour lesquelles les consommateurs ont recours aux sociétés qui offrent des prêts sur salaire ou encaissent les chèques;
 - si des consommateurs avaient essayé un refus lorsqu'ils avaient tenté d'ouvrir un compte et s'ils connaissaient les motifs du refus;
 - la mesure dans laquelle les consommateurs connaissent l'Agence.

L'ACFC utilisera les résultats du sondage pour renforcer les connaissances des consommateurs en matière financière et sensibiliser ceux-ci à leurs droits, et pour cibler ses activités de liaison externe.

• En 2004-2005, le personnel de l'ACFC a mené une étude sur les frais de service et a préparé un rapport qui fait état de l'évolution des frais de service bancaires. L'objectif de l'étude était de mieux saisir les tendances observées au chapitre des frais de service des succursales bancaires de détail au Canada, de juin 2001 à juin 2004. Les tendances ont été établies à l'échelle nationale et provinciale, et selon chaque institution. L'ACFC actualisera les résultats de cette étude en 2005-2006.

• Travailler avec le secteur

L'ACFC a conclu une entente avec MasterCard Canada pour mener un projet dont l'objectif est d'améliorer la clarté des documents d'information sur les cartes de crédit. Le projet consistera à examiner 14 formulaires de demande en français et en anglais, et à évaluer le niveau d'alphabétisation requis pour les comprendre. Les résultats de l'évaluation permettront de formuler des recommandations et de réviser les formulaires.

Publications

- L'ACFC a publié des versions révisées de ses deux publications en langage simple : *Ouvrir un compte de banque personnel et Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*. Etant donné la popularité du guide en ligne *L'ABC des prêts hypothécaires*, l'Agence a décidé d'en produire une version imprimée. Cette publication aide à :

- comprendre les prêts hypothécaires;
- connaître les droits et les responsabilités des consommateurs;
- faire une demande de prêt hypothécaire;
- trouver des conseils pratiques relatifs aux hypothèques.

- Au cours de l'année écoulée, l'ACFC a préparé une brochure à l'intention des consommateurs, qui s'intitule *Le coût des prêts sur salaire*. Ce document a été initialement offert en version électronique, mais il est tellement apprécié des consommateurs que l'Agence a décidé d'en produire une version imprimée. *Le coût des prêts sur salaire* aide les consommateurs à comprendre :
 - les prêts sur salaire et leur fonctionnement;
 - la mesure dans laquelle les prêts sur salaire ont un effet sur la cote de crédit;
 - le calcul à effectuer pour savoir combien coûte un prêt sur salaire;
 - le coût d'un prêt sur salaire comparativement à celui d'autres types de crédit;
 - la façon d'éviter les problèmes et d'économiser de l'argent.

La **figure 1** montre la distribution des publications de l'ACFC en 2004-2005. En tenant compte des publications imprimées et des téléchargements des versions électroniques, le nombre total de publications distribuées s'est accru de 61 p. 100 par rapport à 2003-2004.

• Mise à l'essai auprès de groupes cibles

Par ailleurs, l'ACFC a priorisé sur la mise en place d'une compétence interne en communication en langage simple. À cette fin, les membres de son personnel ont participé à des conférences sur l'alphabétisme, suivi des cours de formation spécialisés en rédaction en langage simple et assisté à des séances de mise à l'essai auprès de groupes cibles réunissant des Canadiens à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées.

En 2003-2004, l'ACFC a dirigé des groupes de consultation réunissant des consommateurs à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées pour savoir comment ils réagissaient face à deux brochures en version imprimée : *Ouvrir un compte de banque personnel* et *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada* (voir le Rapport annuel 2003-2004, page 11). Ces séances de consultation ont permis à l'Agence de se rendre compte de la manière dont ces consommateurs utilisent et comprennent ses documents, et de la façon dont l'information peut leur être plus accessible.

En 2004-2005, l'ACFC a utilisé les résultats de ces séances de consultation pour réviser et remanier ses brochures. La réaction a été positive : l'une des brochures, *Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada*, vient d'être retenue par les centres Service Canada, partout au pays, qui la considèrent comme une brochure de base.

De concert avec Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDC), en février et en mars 2005, l'ACFC a participé à une nouvelle série de mises à l'essai auprès de groupes cibles réunissant des Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Les séances de consultation portaient sur une publication conjointe des deux organismes traitant des régimes enregistrés d'épargne-études.

• Collaboration avec d'autres spécialistes de la rédaction en langage simple

L'ACFC entretient d'étroites relations avec des spécialistes de la rédaction en langage simple de l'extérieur. Depuis 2003, un comité de rédaction indépendant révise les publications en langage simple de l'Agence pour en vérifier la lisibilité. Cette approche s'est poursuivie en 2004-2005.

L'Agence travaille aussi avec la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français (FCAF). Cet organisme nous a aidé à évaluer les niveaux d'alphabétisation requis pour comprendre nos publications et elle nous a fait des recommandations sur la façon de les rendre plus accessibles aux consommateurs qui ont des capacités d'écriture et de lecture limitées. Le personnel de l'ACFC a contribué aux forums « Pour des communications plus claires » de la FCAF tenus partout au Canada (voir page 15) en transmettant les résultats de nos mises à l'essai auprès de groupes cibles à d'autres spécialistes du langage simple.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

INFORMER LES CANADIENS

En 2004-2005, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a continué d'axer ses activités sur la communication aux Canadiens de l'information dont ils ont besoin pour fonctionner efficacement dans le secteur financier.

L'approche proactive de la Direction est des plus précieuses pour tous les Canadiens. Nous fournissons aux consommateurs des renseignements impartiaux au sujet de divers produits et services financiers, et sur les pratiques considérées comme convenables dans le secteur financier. L'ACFC a mis au point de nouveaux outils, notamment la base de données sur les fermetures de succursales et la base de données sur le traitement des plaintes. Ces outils aident les consommateurs à prendre des décisions éclairées en leur fournissant des renseignements opportuns et utiles. Par ailleurs, nous préconisons l'utilisation d'un langage simple dans le domaine financier pour que l'information soit facile à comprendre, et nous utilisons des modes de communication créatifs et rentables grâce à nos initiatives en matière de liaison externe.

Produits et instruments d'information pour les Canadiens Initiatives pour la rédaction en langage simple

• Comprendre les besoins des Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées

D'après l'Enquête internationale sur l'alphabétisation des adultes, 22 p. 100 des Canadiens adultes éprouvent d'importantes difficultés à comprendre les documents imprimés qu'ils soient. De plus, un autre 24 p. 100 ne peut lire que les textes simples¹. Pour remplir son mandat de protection et d'information des consommateurs, l'ACFC travaille pour aider tous les Canadiens — y compris ceux aux capacités de lecture et d'écriture limitées — à comprendre l'information financière qui leur est communiquée. Depuis ses débuts, l'ACFC participe activement à diverses initiatives pour promouvoir la communication en langage simple. L'Agence a produit plusieurs publications en langage simple pour des groupes aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Nous avons établi des relations avec d'autres organismes qui œuvrent dans le même but et nous avons participé à des activités de liaison externe.

¹ Lire l'avenir : un portrait de l'alphabétisme au Canada, Statistique Canada, 1996.

RÉGLEMENTER LES PRATIQUES DU SECTEUR

Par ailleurs, nous continuons à consulter les consommateurs pour savoir ce qu'ils pensent du service fourni par le Centre de communications. En 2005-2006, nous mènerons un sondage pour déterminer la satisfaction des consommateurs à cet égard.

L'ouverture et la divulgation sont des éléments essentiels dans l'exercice visant à informer les consommateurs. L'accent sur la transparence vient également rappeler aux institutions financières qu'elles sont sous surveillance. C'est pourquoi nous publions les principales décisions du commissaire dans le site Web de l'ACFC. L'Agence exerce ainsi une influence évidente sur le comportement et la capacité de réaction des institutions financières.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a pour sa part mené plusieurs autres initiatives en 2004-2005, notamment une évaluation mystère sur l'accès aux services bancaires de base et une mise à jour du cadre de conformité.

L'ACFC est une organisation relativement nouvelle. À mesure que nous élaborons nos programmes, nous abordons des questions jamais traitées auparavant. Dans le passé, plusieurs entités fédérales assumaient la responsabilité de surveiller le secteur des services financiers. Avec la création de l'Agence, plusieurs responsabilités ont été réunies et intégrées au mandat de l'ACFC, ce

qui a rendu la surveillance beaucoup plus efficace. Un cadre de conformité global guide désormais les institutions financières sous réglementation fédérale pour résoudre les problèmes liés à la conformité aux dispositions visant les consommateurs. Etant donné qu'elle réglemente les pratiques du secteur, l'Agence surveille automatiquement la conformité.

Ce ne sont là que quelques méthodes utilisées par l'ACFC pour influencer le comportement du secteur des services financiers canadien et des consommateurs. Nous continuerons de consolider nos assises pour répondre à la demande d'information et d'aide des Canadiens à mesure qu'ils participent aux activités quotidiennes du marché financier.



En 2004-2005, nous avons continué d'utiliser un large éventail de méthodes pour informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités dans le milieu financier. Nous avons distribué plus de 500 000 exemplaires de nos publications à l'intention des consommateurs, en version imprimée et par l'intermédiaire de notre site Web.

Aperçu

À l'Agence de la consommation en matière

financière du Canada (ACFC), nos activités sont guidées par notre vision d'un secteur financier

juste et concurrentiel, au sein duquel les

Canadiens peuvent obtenir facilement des

renseignements fiables qui les aident à prendre

des décisions éclairées en matière financière.

Après trois années d'activités complètes, l'Agence

a atteint un stade de développement qui lui permet

de comprendre clairement les besoins des

consommateurs canadiens en matière financière et

d'exercer efficacement les fonctions d'organisme

de réglementation des pratiques du secteur.

CHANGER LES CHOSSES DANS L'INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS

L'ACFC a adopté une approche proactive

pour informer les Canadiens sur les questions

financières. Notre fonction de surveillance et

de suivi du secteur des services financiers

sous réglementation fédérale nous permet

d'apporter des améliorations dans l'optique

des consommateurs.

En 2004-2005, nous avons continué d'utiliser

un large éventail de méthodes pour informer

les Canadiens de leurs droits et responsabilités

dans le milieu financier. Nous avons distribué

plus de 500 000 exemplaires de nos publications

à l'intention des consommateurs, en version

imprimée et par l'intermédiaire de notre site Web.

Nous avons aussi mis à jour notre site Web, en y

ajoutant deux nouvelles bases de données pour

tenir les consommateurs informés.

Au cours de l'année, nous avons renforcé

nos initiatives pour la rédaction de documents

d'information en langage simple. Nous avons

actualisé les données fournies dans nos

publications rédigées en langage simple traitant
du *Règlement sur l'accès aux services bancaires*
de base. De concert avec d'autres organismes
gouvernementaux, nous avons aidé les Canadiens
aux capacités de lecture et d'écriture limitées à
comprendre leurs droits en matière financière.

En outre, dans le cadre de notre mandat

d'information, nous avons travaillé à l'amélioration

des documents hypothécaires, diffusés des avis

pour sensibiliser les consommateurs aux risques

de fraude, suivi de près l'évolution des frais de

service, mené des activités de liaison externe

en assistant à des salons professionnels et

des conférences, et participé à des forums

internationaux sur la réglementation des

pratiques du secteur.

ÉCOUTER LES CANADIENS

Une priorité constante de l'ACFC consiste à

prêter une oreille attentive aux consommateurs

et à donner suite à leurs préoccupations.

Grâce à nos initiatives en matière de liaison

externe, le Centre de communications avec

les consommateurs a reçu 26 145 appels

téléphoniques en 2004-2005. C'est une

augmentation spectaculaire de 69 p. 100 par

rapport à l'année précédente et un nombre

équivalant à plus du double du nombre

d'appels reçus en 2002-2003, notre première

année d'activités.

L'information que l'ACFC recueille auprès des

consommateurs qui communiquent avec elle

l'aide à mettre à jour et à améliorer la rubrique

« Questions et réponses » de son site Web —

une source d'information de plus en plus

complète pour le consommateur de produits

et de services financiers.



LE BILAN DE L'ANNÉE

01

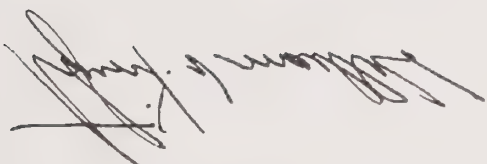
de cartes de crédit. Au cours de l'année écoulée, les institutions financières ont proposé des cartes de crédit assortis de « taux aussi bas que » au lieu de préciser les taux réels. Cette pratique est selon moi inacceptable. Avant de faire une demande de carte de crédit, les consommateurs doivent connaître le taux d'intérêt applicable. Si tous les renseignements ne sont pas divulgués, les Canadiens ne sont pas en mesure de faire le tour du marché en vue d'effectuer des choix judicieux. Les consommateurs doivent être au courant non seulement des taux et des frais applicables, mais aussi des risques auxquels ils s'exposent en se procurant un service ou un produit financier. Alors que continue à augmenter le nombre de Canadiens qui adoptent la télématique bancaire, notre tâche consistera à veiller à ce que les consommateurs soient conscients des risques s'y rapportant.

L'Agence suivra de près les nouveaux produits électroniques ou en ligne qui offrent aux consommateurs la possibilité de payer les biens qu'ils se procurent par des prélèvements directs de leurs comptes bancaires. L'année prochaine, nous rendrons compte au Parlement du respect d'un nouvel engagement public pris par les banques, lequel vise à protéger les consommateurs contre le risque de fraude et de transactions non autorisées que présente l'utilisation du système de paiement en ligne.

En 2005-2006, j'espère poursuivre les activités amorcées avec le secteur et nos partenaires pour ce qui est de ces questions et d'autres questions importantes. Plus précisément :

- nous terminerons l'analyse de « l'évaluation mystère » menée pour déterminer la conformité au Règlement sur l'accès aux services bancaires de base;

William G. Knight



• nous organiserons le premier symposium national sur la capacité financière conjointement avec Social and Enterprise Development sur les politiques; de recherche sur les politiques; nous continuerons à échanger avec nos collègues internationaux les pratiques exemplaires que nous utilisons dans nos pays respectifs à titre d'organismes de réglementation du secteur des services financiers et de sa conduite sur le marché.

J'aimerais conclure en remerciant nos partenaires et intervenants, ainsi que les institutions financières que nous réglémentons, pour leur réceptivité et leur collaboration continues.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,

(sociétés de fiducie et de prêt) en omettant de mentionner les intérêts qui sont exigés lorsque la fréquence des paiements hypothécaires est modifiée. Dans le cadre de la deuxième décision, j'ai annoncé qu'une autre institution avait violé le *Règlement sur le coût d'empunt (banques)* en plaçant, dans ses succursales de détail, des annonces publicitaires qui indiquaient un taux d'intérêt hypothécaire sans préciser la durée du prêt. J'ai imposé une sanction pécuniaire de 50 000 \$ à la première institution et de 30 000 \$ à la deuxième institution.

Outre le travail accompli auprès du secteur, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada fait tout ce qu'elle peut pour sensibiliser un nombre toujours plus grand de Canadiens et améliorer ses propres pratiques exemplaires internes.

En octobre et en novembre 2004, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a collaboré avec l'Agence du revenu du Canada et Développement social Canada pour mener une initiative consistant à communiquer de l'information sur les droits en matière bancaire et les avantages du dépôt direct à plus de 7 millions de Canadiens. Sous la direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, les partenaires ont diffusé de l'information au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre du remboursement de la TPS, de la Prestation fiscale pour enfants, de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada. En conséquence, plus de 230 000 bénéficiaires de plus ont opté pour la formule du dépôt direct, un moyen plus sûr et plus rapide pour eux de recevoir leur argent.

Ma présentation devant le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce a été un autre fait marquant de cette année. Ce fut un

plaisir pour moi de m'adresser aux membres du Sénat et de leur parler des travaux importants que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada accomplit, ainsi que des services que nous offrons depuis les trois dernières années.

J'en ai profité pour aborder certains points soulevés par les sénateurs à l'égard des grands enjeux auxquels les consommateurs canadiens de produits et de services financiers font face de nos jours. J'ai traité notamment des lacunes que l'Agence pourrait être en mesure de combler dans ces domaines sur le plan de l'information. Il a entre autres été question des prêts sur salaire, des techniques d'offre de cartes de crédit et du phénomène croissant de la fraude liée à la télématique bancaire.

Les prêts sur salaire sont un sujet de préoccupation que je soulève depuis le dépôt du premier rapport annuel de l'Agence en 2001. En effet, le secteur des prêts sur salaire a pris une expansion étonnamment rapide, et les services qu'il offre attirent un nombre croissant de consommateurs. Pour que les consommateurs aient facilement accès à des renseignements clairs et exacts, l'Agence a préparé une brochure dans laquelle elle explique les frais additionnels qu'occasionnent les prêts sur salaire. La brochure contient également des renseignements sur d'autres modes de financement à court terme offerts par les institutions financières réglementées, notamment les marges de crédit, les prêts bancaires et la protection de découvert. De concert avec nos partenaires, nous poursuivrons notre examen des raisons qui expliquent la croissance des sociétés de prêts sur salaire afin de mieux informer les consommateurs sur les choix qui s'offrent à eux.

L'information est essentielle à la prise de décisions éclairées des consommateurs. C'est pourquoi je continuerai de suivre de près les techniques d'offre

Par exemple, en décembre 2004, l'Agence a lancé une base de données accessible en ligne sur les fermetures de succursales. Cette base de données, dont l'information remonte à février 2002, comprend les dates de fermeture de plus de 700 succursales bancaires canadiennes ainsi que l'emplacement de celles-ci. Même si les banques ont déjà communiqué l'information concernant ces fermetures de succursales au moyen de leurs déclarations sur les responsabilités envers la collectivité, c'est la première fois que tous les renseignements sont regroupés et mis à la disposition des consommateurs en temps réel. C'est aussi la première fois que l'information est colligée dans une base de données consultable. Les consommateurs ne sont pas les seuls à bénéficier de cette accessibilité de l'information. En effet, grâce à cette banque de données, les chercheurs, les groupes de défense des consommateurs et d'autres intervenants du secteur financier peuvent désormais recenser les régions nécessitant des services financiers.

En mars 2004, l'Agence a inauguré un autre instrument novateur : une base de données en ligne sur le traitement des plaintes. Cet outil permet aux consommateurs d'accéder facilement, étape par étape, aux procédures de traitement des plaintes de toute banque canadienne ou société de fiducie, de prêt ou d'assurances sous réglementation fédérale. De nombreuses institutions s'étaient déjà dotées de telles procédures avant même que l'Agence soit mise sur pied. Cependant, les consommateurs disposaient de peu d'aide pour déterminer quelles étapes suivre, à qui s'adresser à chaque étape et à quels moyens ils pouvaient avoir recours en cas de non-règlement de leurs différends avec leur institution financière par les procédures internes. C'est la première fois que les consommateurs ont accès à un outil interactif à jour, qui leur donne la possibilité de consulter les procédures de

traitement des plaintes de toutes les institutions financières sous réglementation fédérale au Canada.

Outre les ressources interactives qu'elle met à la disposition des consommateurs, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada fait œuvre de pionnier sur d'autres fronts. En 2003-2004, l'Agence a commencé à examiner les documents hypothécaires des banques afin de déterminer la mesure dans laquelle les clauses qu'on y trouve sur la pénalité pour remboursement anticipé des hypothèques étaient claires et exactes. Suite à cet examen, en 2004-2005, plusieurs banques ont pris des mesures afin de faire en sorte que leurs clauses soient rédigées en langage clair et comprennent tous les renseignements dont les emprunteurs ont besoin pour établir le montant de la pénalité. Grâce aux travaux que nous avons menés à bien avec le secteur dans ce domaine, les consommateurs reçoivent désormais des documents d'information beaucoup plus clairs.

Selon moi, l'Agence et le secteur doivent faire preuve de transparence. Lorsqu'il y a un problème, les institutions financières en cause doivent intervenir et s'y attaquer ouvertement. En étant plus conscients des problèmes, les consommateurs et le secteur peuvent déceler les pratiques peu convenables et conjuguier leurs efforts, chacun à sa façon, pour améliorer le système.

En 2004-2005, j'ai publié le nom de deux institutions financières qui ne s'étaient pas conformées aux lois adoptées par le gouvernement fédéral pour protéger les consommateurs et je leur ai imposé des sanctions administratives pécuniaires. Dans le cadre de la première décision, j'ai annoncé qu'une institution avait violé le *Règlement sur le coût d'emprunt*

Lettre du commissaire

La troisième année d'activités complète de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a pris fin le 31 mars 2005. Les trois dernières années auront été une période clé, pendant laquelle nous avons travaillé à la mise en place d'une organisation forte et efficace, et ce, à tous les niveaux. Maintenant que nous avons établi une organisation qui comprend clairement les besoins des consommateurs canadiens, nous passons à une autre étape.

L'expérience acquise nous a permis de mieux définir le rôle de l'Agence en tant qu'organisme de réglementation des pratiques du secteur des services financiers sous réglementation fédérale. Après trois années complètes à titre de premier commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, je suis aujourd'hui en mesure de parler des pratiques du secteur, et de ce que cela veut dire pour les consommateurs canadiens.

Le secteur des services financiers devenant de plus en plus complexe, les consommateurs sont appelés à relever des défis de taille. Il est donc primordial qu'ils obtiennent des renseignements clairs et exacts pour pouvoir faire des choix judicieux, et que les pratiques du secteur soient convenables. À titre d'organisme de réglementation, la tâche de l'Agence consiste à s'assurer que tous les participants au marché disposent des renseignements dont ils ont besoin. Une divulgation appropriée de l'information constitue donc un élément essentiel d'un système de surveillance efficace.

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a été établie par le Parlement

pour protéger les consommateurs canadiens et pour veiller à ce qu'ils aient l'information dont ils ont besoin pour participer activement au marché des services financiers et renforcer ce marché. Etant donné le double mandat de protection et d'information que nous remplissons, nous exerçons une fonction importante qui est indispensable à l'existence d'un secteur vigoureux, concurrentiel et équitable.

Je suis fier de ce que nous avons accompli pour fournir aux Canadiens des renseignements qui autrefois étaient inaccessibles ou difficiles à obtenir. Les paragraphes qui suivent font état de quelques-unes de nos réalisations les plus importantes, de même que d'enjeux et d'objectifs qui ont marqué l'exercice écoulé.

En 2004-2005, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a fait œuvre de pionnier en décelant des lacunes en matière d'information et en créant de nouveaux outils pour les combler.





Édifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 23 septembre 2005

L'honorable Ralph Goodale, C.P., député
Ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0M6

Monsieur le Ministre,
J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1^{er} avril 2004 au 31 mars 2005, soit la troisième année d'activités complète de l'Agence.
Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire,

William G. Knight

Table des matières

Lettre du commissaire	3
Le bilan de l'année	
Aperçu	8
Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques	10
Direction de la conformité et des relations avec l'industrie	19
Dans l'intérêt des Canadiens	
Questions qui préoccupent les Canadiens	25
Donner suite aux préoccupations des Canadiens	42
Activités de l'ACFC	44
Rendement de l'ACFC	48
États financiers	56
Liste des figures, des tableaux et des schémas	71
Annexes	
A : Glossaire	73
B : Dispositions et règlements visant les consommateurs /	
État des règlements en vigueur	76
C : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC	81

NOTRE MISSION

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :

- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
- fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer d'autres exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'ACFC.

Téléphone 1 866 461-2232 (sans frais)
(Centre de communications avec les consommateurs)
Télécopieur 1 866 814-2224 (sans frais)

Courriel
information info@acfc.gc.ca
publications pub@acfc.gc.ca
demandes des médias media@acfc.gc.ca
Site Web www.acfc.gc.ca
Adresse Agence de la consommation en matière financière du Canada

Édifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N^o de catalogue : FC1-2005
ISBN : 0-662-69071-0



Dans l'intérêt des Canadiens

Agence de la consommation
en matière financière du Canada
Financial Consumer
Agency of Canada



Protéger les consommateurs
Informar les Canadiens



Canada

RAPPORT ANNUEL
2004-2005





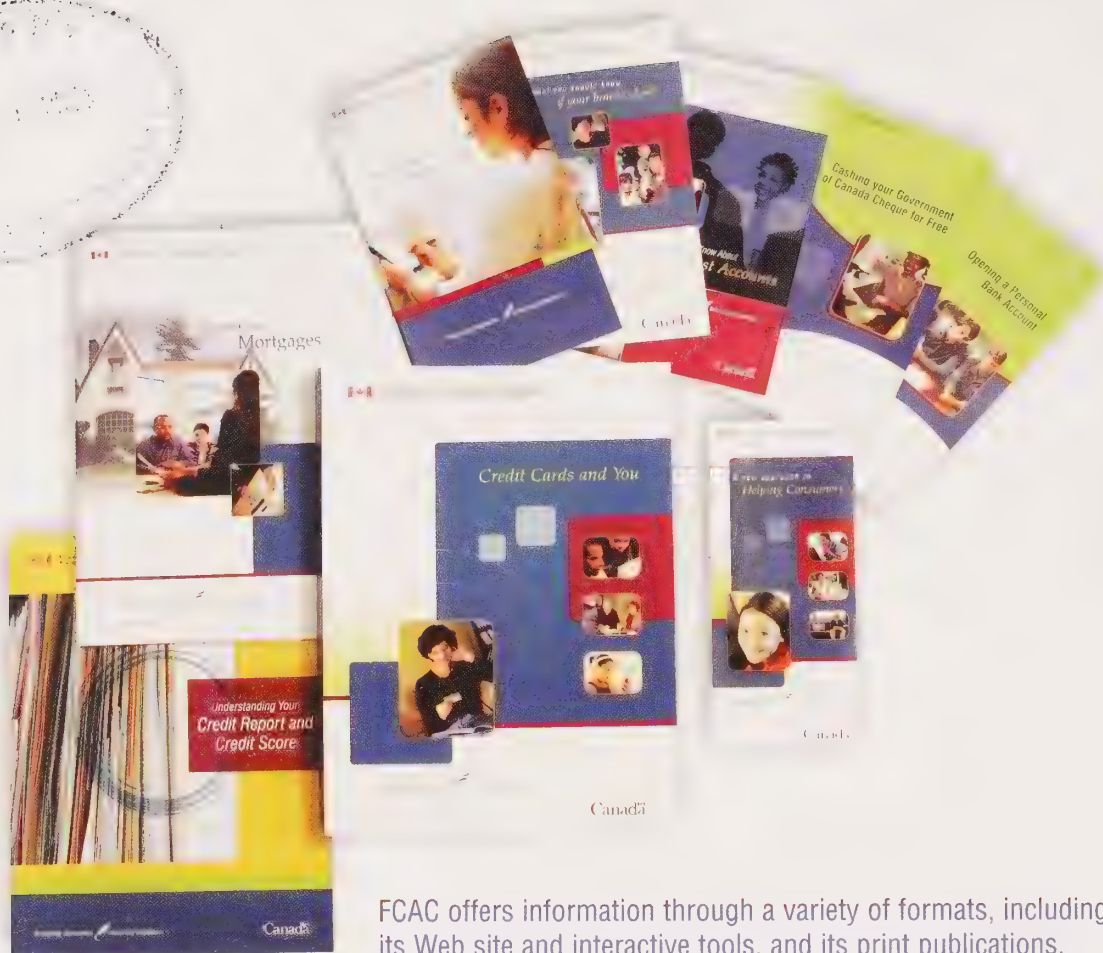
CA1
FCA
- A56



Value for Canadians

Financial Consumer Agency of Canada

Annual Report 2005–2006



FCAC offers information through a variety of formats, including its Web site and interactive tools, and its print publications.

Contact information

To request additional information, make comments or obtain further copies of this publication, please contact FCAC.

Telephone	1-866-461-3222 (toll-free)
(Consumer Contact Centre)	
Fax	1-866-814-2224 (toll-free)
E-mail	
for information	info@fcac.gc.ca
for publications	pub@fcac.gc.ca
Web site	www.fcac.gc.ca
Postal address	Financial Consumer Agency of Canada Enterprise Building, 6th Floor 427 Laurier Avenue West Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)
© 2006 Royal Canadian Mint—All Rights Reserved (coin images)

Cat. No.: FC1-2006
ISBN: 0-662-49320-6



Financial Consumer Agency of Canada: Value for Canadians



Our mandate

- Created by the *Financial Consumer Agency of Canada Act* in October 2001, the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities.

Our Commissioner

- William G. Knight was appointed for a five-year term on the creation of FCAC in October 2001.

Our place in government

- FCAC is a federal agency that reports to Parliament through the Minister of Finance.

Our expenses

- For 2005–06, FCAC's expenses totalled \$7.3 million. The Agency's expenses are funded by annual direct assessments of federally regulated financial institutions. Canada's large banks are responsible for most of the budgetary assessments.

2005–06 highlights

- We received 766,426 visits to our Web site—an average of over 2,000 visits per day.
- We distributed more than 494,000 publications to Canadians on-line, by mail and in person.
- We answered 39,818 telephone calls, e-mails and letters from Canadians on a wide range of financial issues.
- We met and spoke with approximately 10,000 Canadians across the country about FCAC's work to inform and protect consumers.
- We closed 1,385 cases related to compliance matters with respect to consumer provisions, codes of conduct or public commitments, and the submission of required filings.

Contents

Letter from the Commissioner	5
The year in review	9
Overview	10
Consumer Education and Public Affairs Branch	11
Compliance and Enforcement Branch	18
Working for Canadians	23
Issues that concern Canadians	24
FCAC's operations	42
FCAC's performance	47
Financial statements	50
Appendices	63
A: Glossary	64
B: Consumer provisions and regulations	67
C: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC	70

List of Charts, Tables and Figures

No. Title

Page

CHARTS

1	Distribution of FCAC consumer publications	12
2	FCAC Web site visits per month, since launch	14
3	Total contacts received by FCAC, by source, 2005–06	25
4	Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2005–06	25
5	Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre	47
6	Time taken to close a file generated by a consumer's letter, an e-mail or an in-person visit for non-compliance related matters	48
7	Time taken to close a file related to a compliance matter	49

TABLES

1	FCAC Web site usage	13
2	Total contacts received by FCAC, by location	24
3	Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2005–06	26
4	Total compliance contacts received, by category	30
5	Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings	30
6	Compliance cases closed where action was taken, 2005–06	35
7	Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2005–06	36
8	Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2005–06	40
9	Matters related to branch closures	41

FIGURES

1	FCAC compliance case management process, as of March 31, 2006	44
---	---	----



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

September 22, 2006

The Honourable James M. Flaherty, P.C., M.P.
Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Dear Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2005, to March 31, 2006, its fourth full year of operation.

Yours truly,

William G. Knight

Letter from the Commissioner

With a clear mandate to protect and inform financial consumers, and the tools to carry out our work, the Financial Consumer Agency of Canada has built a solid foundation and is well established as a market conduct regulator. I would like to take this opportunity to provide you with highlights from our work this past year.

Through our outreach and education efforts, we have helped tens of thousands of Canadians better understand the financial marketplace as they make important decisions on banking, mortgages, credit cards and other common issues. Similarly, in our role as regulator we have made a real impact in the marketplace by taking action to improve compliance with consumer protection laws, voluntary codes of conduct and public commitments. As a result of the Agency's work in this area, hundreds of thousands of consumers have benefited directly from system-wide changes, including enhanced clarity in disclosure documents concerning mortgage prepayment penalties and improved access to basic banking services.

We have also continued to work with and learn from our international colleagues through the International Forum on Financial Consumer



Protection and Education. The forum was initiated by the Financial Consumer Agency of Canada in 2003; it met this year in Malaysia to share best practices and common concerns in the field of financial consumer protection and education. Since its creation, participation in the forum has continued to expand. At its most recent meeting, the forum included more than 50 representatives from 35 countries.

Following are a few examples of the projects we have undertaken and what we have achieved in 2005–06.

- We created an on-line interactive tool that helps consumers compare credit cards and select cards suited to their needs and banking habits.

As a result of the Agency's work, hundreds of thousands of consumers have benefited directly from system-wide changes, including enhanced clarity in disclosure documents concerning mortgage prepayment penalties and improved access to basic banking services.

- We launched a new Frequently Asked Questions tool on our Web site. Canadians can use it to find answers to commonly asked questions on a wide range of financial issues.
- We established new partnerships with government and non-governmental organizations, and maintained existing ones. These help us extend our reach in communities across Canada.
- We revised our approach to processing compliance cases, to make our work more

increased by 38 percent over the previous year. Nearly 40,000 Canadians contacted us last year, up from 29,000 in 2004–05.

I am particularly proud of our Web site, which has attracted over 1.6 million visits since we opened our doors. In 2005–06 we saw a 67 percent increase in visits to the site: there were over 760,000 visits in the year, or an average of more than 2,000 visits per day. We are very pleased with these results. We will continue making the Web site easier to navigate and will work on developing more interactive tools.

To reach consumers with lower levels of literacy, the Agency has a twofold approach: create accessible, plain-language information; and put that information into the hands of consumers who need it most.

While our Web site is popular with many Canadians, our material must also be available to those who perhaps need our services most—those with lower levels of literacy. According to Statistics Canada, 42 percent of Canadians read at or below an elementary school level. If people have difficulty understanding the documents they receive, a key component of our consumer protection regime is jeopardized.

responsive and cost-effective.

- We enhanced compliance with the *Access to Basic Banking Services Regulations* by requiring banks to prepare and implement action plans for improvement.
- Together with the industry, we worked toward improving cost of borrowing disclosure to all borrowers and agreed on an industry-wide solution concerning disclosure for multiple borrowers.

Facing an increasingly complex financial marketplace, more and more Canadians are turning to the Financial Consumer Agency of Canada every year for relevant and impartial information. In 2005–06, consumer contacts with the Agency

To reach these consumers, the Agency has a twofold approach: create accessible, plain-language information; and put that information into the hands of consumers who need it most. Members of our staff continue to develop in-house expertise in the area of plain language, and we draw on these skills when creating our consumer education materials. We also ask plain-language experts to revise the content of our work so that it is clear and understandable. To deliver our materials to consumers, the Agency joins with a variety of organizations that work with vulnerable Canadians, such as the YMCA of Greater Toronto and Option consommateurs, as well as with other federal government departments and agencies.

In addition to clear information, consumers must receive complete disclosure about the financial products and services they obtain. In 2005–06 I made a decision that, in accordance with the *Cost of Borrowing Regulations*, full disclosure must be provided to all borrowers, including co-borrowers. Previously co-borrowers or co-signers did not always receive the same information as the primary borrower, even though their credit rating is equally affected. This move to full disclosure for all borrowers is a significant shift for the industry. We are working with the banks to develop and implement action plans for putting into place the systems needed to provide this level of disclosure.

To protect vulnerable consumers, our Compliance and Enforcement Branch focused on ensuring access for Canadians to basic banking services, as outlined in the applicable regulations. We concentrated our mystery shopping activities in this area, allowing us to gauge how well the banks were complying with their obligations. The Agency has subsequently worked with the industry to develop action plans for addressing concerns raised during the mystery shopping exercise. The plans will be finalized in 2006–07.

During the year, one of the groups with which the Financial Consumer Agency of Canada worked was Social and Enterprise Development Innovations (SEDI), a non-governmental organization working to alleviate poverty. With SEDI, we began to explore some of the issues that affect Canadians' ability to make informed financial decisions. We gave particular attention to "financial capability," which is defined as an understanding of basic finances combined with the ability to apply that knowledge in order to make sound financial decisions.

In partnership with SEDI and the federal government's Policy Research Initiative, we co-hosted "Canadians and Their Money: A National Symposium on Financial Capability," held in Ottawa in June 2005. The event brought together more than 150 government and private-sector experts and community representatives from Canada, the United States and Europe to examine issues associated with financial capability.

I am convinced that financial capability is necessary for all citizens who want to participate fully in Canadian society. The number of Canadians using payday loans underscores the importance of enhancing Canadians' financial capability. In 2004–05 we developed a comprehensive brochure outlining the high costs of payday loans and listing other options. In 2005–06 we updated the brochure and promoted it through various outreach activities.

We will carry on with existing initiatives and will launch new projects, including:

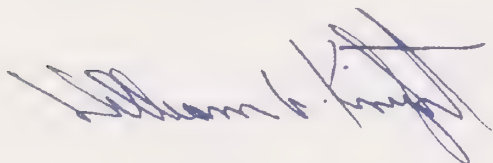
- working with credit card associations to finalize a model credit card application in plain language;
- revising and launching a new version of the "For Consumers" section of our Web site;

I am convinced that financial capability is necessary for all citizens who want to participate fully in Canadian society.

- conducting a survey to assess consumers' knowledge and behaviour on a variety of topics related to financial products and services; and
- issuing a consultation paper on the debit card code for stakeholders, to find ways for the Agency to improve its monitoring activities in relation to the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services.

As we reflect on the year that has passed and look forward to the challenges ahead, I wish to thank sector partners, stakeholders and federally regulated financial institutions for their ongoing cooperation and responsiveness.

I especially would like to thank my staff for their hard work and dedication.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'William G. Knight', with a stylized flourish at the end.

William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada



The Year in Review

Overview

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) continues to strive for a secure and fair marketplace for Canadian consumers. It works to give financial consumers the information they need to make informed decisions. It also provides effective oversight with respect to the consumer protection provisions of the law.

FCAC has direct contact with tens of thousands of consumers annually, allowing us to develop a unique perspective and expertise on financial consumers' needs and concerns. This perspective guides our educational initiatives and our regulatory enforcement.

HELPING CANADIANS

To inform Canadians about important financial issues, FCAC makes use of various opportunities. They include direct outreach work as well as partnerships with other government agencies, not-for-profit organizations and financial institutions.

In 2005–06 FCAC worked with the YMCA of Greater Toronto and the consumer group Option consommateurs to deliver information on basic banking services to vulnerable Canadians.

The Agency also worked with MasterCard to develop credit card application and solicitation documents that will be easier to understand for Canadians with lower levels of financial literacy.

Whether through its educational resources, its outreach work or its investigations of compliance matters, the Agency focuses on making the marketplace work better for Canadians.

DELIVERING OBJECTIVE INFORMATION

Since it was created, every year FCAC has seen an increase in its consumer contacts.

In 2005–06, Canadians received nearly 500,000 copies of the Agency's publications, including 359,000 downloads from our Web site—a clear sign of the popularity of the Agency's products.

With an average of approximately 2,000 visitors to FCAC's Web site every day, the Agency has an opportunity to deliver objective information to consumers at low cost. More than 30 different reports, brochures and interactive tools are available in print or on our Web site.

To help FCAC create new tools and information meeting consumer needs, in 2006–07 we will conduct a major survey about knowledge and understanding of financial products and services.

In 2005–06, Canadians received nearly 500,000 copies of the Agency's publications, including 359,000 downloads from our Web site. More than 30 different reports, brochures and interactive tools are available in print or on our Web site.

ENSURING A SAFE AND SOUND MARKETPLACE

FCAC is responsible for overseeing and enforcing the laws that protect consumers in their dealings with financial institutions. When a compliance issue comes to our attention, we follow up to determine whether an investigation is required. FCAC informs the public and the industry of the Commissioner's decisions by publishing summaries of the decisions on its Web site.

Changes to compliance case processing in 2004–05 improved FCAC's ability to maximize consumer protection. In 2005–06, the number of compliance cases closed increased by more than 20 percent: 1,385 cases were closed during the year, compared with 1,142 in 2004–05.

OUR ROLE IN 2006–07 AND BEYOND

Going forward, FCAC will continue to develop information and tools for Canadian financial consumers. We will work with partners to raise awareness among targeted consumer groups. We will monitor the behaviour of financial institutions. These actions will help support a fair, secure and competitive marketplace for consumers.

Consumer Education and Public Affairs Branch

FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch informs consumers about their rights and responsibilities when dealing with financial institutions. It also provides objective information to help Canadians develop a better understanding of common financial products and services.

INFORMING CANADIANS

To respond to the needs of Canadians, FCAC's information must be clear and understandable, offered in a variety of formats and available across the country.

We design our tools and publications for a wide audience. At the same time, a special focus is providing services to more vulnerable consumers, such as those with lower literacy levels. To do this we draw on internal expertise as well as advice from plain-language specialists; their suggestions and recommendations help maximize the impact and accessibility of FCAC's work.

FCAC recognizes that not all Canadians seek out or use information in the same way. Some are comfortable with a printed copy they can share with friends and family; others prefer to find and read information on-line. For this reason FCAC offers its information through a variety of formats, including its Web site and interactive tools, its print publications, group information sessions, and more.

For delivery and distribution of its materials, FCAC works creatively with partners that have established community networks across the country.

Finally FCAC works to develop relationships with the media, helping us deliver important information to a large number of Canadians in a timely manner. More and more people working in the media recognize that FCAC offers a unique and valuable perspective on consumers' concerns.

Consumer information products and tools

Publications

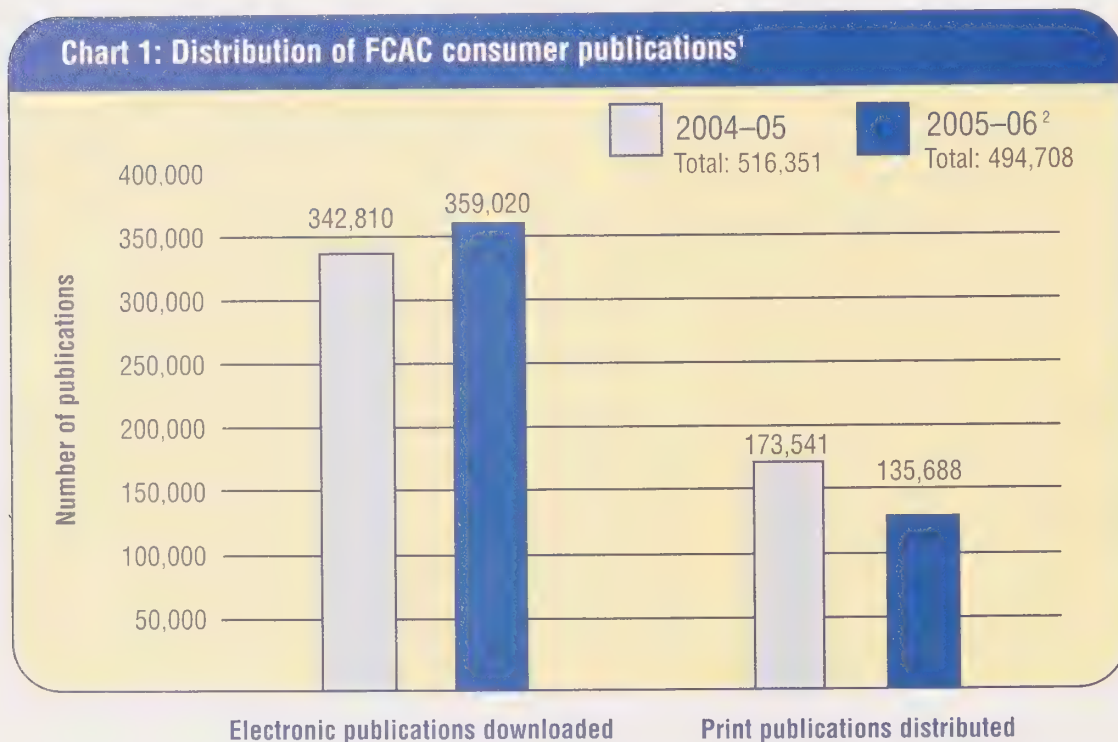
In 2005–06 FCAC updated its popular publications *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*.

The Agency also developed and launched a new publication: *Understanding Your Credit Report and Credit Score*.

A poor credit report can have a negative impact on a consumer's financial health. It is important to be aware of credit reports and scores, and to understand how they work. *Understanding Your Credit Report and Credit Score* helps consumers do this. It explains what credit reports are, what factors might affect a credit score and why it is important to maintain a good credit report. It also gives step-by-step instructions on how to obtain a copy of your credit report at least once a year free of charge, how to understand the information in the report and how to correct errors, if necessary.

The booklet features samples of actual reports from two major credit-reporting agencies, along with explanatory notes.

Chart 1 shows the number of FCAC publications distributed during 2005–06. Including both print publications and electronic downloads (e.g. PDF files), the total number of publications provided to consumers was 494,708, a figure similar to that for the previous year. The most popular publications were *A New Approach to Helping Consumers*, *Your Rights and Responsibilities*, and *Understanding Your Credit Report and Credit Score*.



¹ Included are downloads only of publications intended for use by the general public.

² In 2005–06, there was a slight decrease in the total print publications distributed as a result of a new method of counting kit or multi-piece publications.

Web site and interactive tools

Each year since the creation of the Agency, the number of Canadians visiting our Web site has grown significantly. In 2005–06, the FCAC Web site averaged over 2,170 visitors per day, an increase of 67.3 percent from the previous year (see **Table 1**). There were more than 766,000 visits to the site during the year, up from 458,253 in 2004–05. Since FCAC's first full year of operation, visits to the Web site have increased by over 500 percent.

Helping to attract the many visitors are the practical and innovative interactive tools on the site. In 2004–05 FCAC launched a new tool that allows visitors to find the complaint-handling procedure for any federally regulated financial institution in Canada. In 2005–06 this tool was the most visited area of the FCAC Web site. During the year we added two new products to our family of interactive on-line tools.

- **Credit Cards and You interactive tool**

This easy-to-use tool adds an interactive dimension to FCAC's popular publication *Credit Cards and You*. After answering a few simple questions about their needs and habits, consumers receive a customized list of credit cards that suit their profile and preferences. With the choices narrowed down, it becomes easier to compare different cards in detail. The tool pulls together information about more than 200 credit cards offered by 25 major credit card issuers.

In developing this tool FCAC consulted with a variety of organizations for feedback on the tool's functionality. They included the Canadian Bankers Association, Option consommateurs, the Union des consommateurs and the Public Interest Network.

Table 1: FCAC Web site usage

	2004–05	2005–06
Number of visits ¹	458,253	766,426
Average number of visits per day	1,300	2,177
Number of visits to FCAC quizzes	11,652	19,170
Number of visits to Cost of Banking Guide interactive tool	7,492	9,630
Number of visits to Complaint-handling Process search tool	—	39,960
Number of visits to Credit Cards and You interactive tool	—	9,560

¹ The number of visits is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than 30 minutes, the visit is considered to be terminated. If the visitor continues to browse the site after being idle for more than 30 minutes, a new visit is counted.

- **Frequently Asked Questions database**

Drawing on the thousands of inquiries FCAC receives each year, the Agency updated its Web site to include a Frequently Asked Questions (FAQ) database. This features a comprehensive list of more than 70 questions and answers about various financial services and products.

The database covers popular topics such as credit cards, bank accounts, credit reports, loans, mortgages, cheques, pre-authorized debits and more.

The easy-to-use search function supports searching by keyword, category and subcategory. Consumers can also view the contents of the FAQ database sorted by "most viewed" and "latest added."

Partnerships and outreach

FCAC has strategic partnerships and collaborations with other organizations in the public, private and not-for-profit sectors. The aim is to raise awareness of the Agency's services and resources, and to minimize its expenditures.

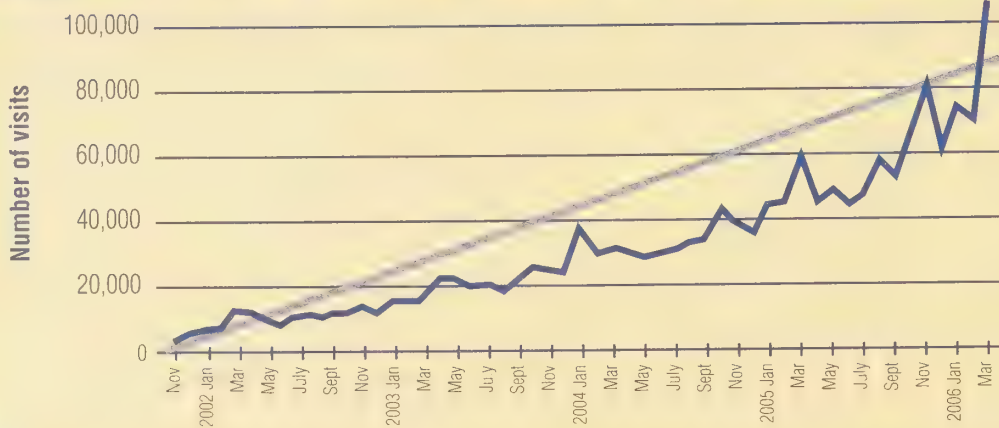
These partnerships allow FCAC to tap into extensive consumer networks and reach a variety of communities across the country.

Government

In 2005–06 FCAC worked closely with a number of federal government organizations, including:

- Canada Revenue Agency
- Human Resources and Social Development Canada
- Public Works and Government Services Canada
- Service Canada
- Veterans Affairs Canada

Chart 2: FCAC Web site visits per month, since launch



— Actual visits
— Trend line

With the help of its partners, FCAC was able to strategically target different consumer audiences.

- **Cheque inserts**

In October and November 2005, FCAC worked with the Canada Revenue Agency to insert an information pamphlet with mail-outs of GST/HST credit cheques and Canada Child Tax Benefit cheques. The FCAC insert told recipients about their right to open a personal bank account and cash Government of Canada cheques, the availability of low-cost bank accounts, and the benefits of direct deposit. After the mail-out FCAC heard from over 14,000 Canadians.

The Agency also worked with Human Resources and Social Development Canada to include information for seniors in distributions of Old Age Security pension and Canada Pension Plan cheques. In these mailings FCAC informed seniors about their right to cash Government of Canada cheques, as well as about specialty discount accounts for seniors. As a result of this collaboration, more than 1,800 consumers contacted FCAC for more information.

- **Canada Pavilion**

Public Works and Government Services Canada is manager of the Government of Canada Exhibitions Program, which includes the Canada Pavilion—a unique travelling showcase featuring different federal departments and agencies. This gives FCAC an opportunity to meet face to face with Canadians across the country and tell them about the Agency's work. FCAC participated in five Canada Pavilion events in 2005–06, including the Home Show in Moncton, Québec City's Expo Québec, Regina's Canadian Western Agribition, Victoria's Tall

The Agency included information pamphlets with mailings of Old Age Security pension and Canada Pension Plan cheques. FCAC informed seniors about their right to cash Government of Canada cheques, as well as about specialty discount accounts for seniors.

Ships Festival and the Festival des Voyageurs in Winnipeg. At these events FCAC representatives spoke with more than 10,000 Canadians and distributed over 21,000 publications. Plans are underway to continue with this successful outreach project in 2006–07.

- **Service Canada Feature of the Month**

In February 2006, FCAC took part in Service Canada's Feature of the Month program. Under the program, 320 Service Canada outlets across the country featured the Agency's publications to help raise awareness of FCAC services. More than 60,000 publications were distributed as a result of this initiative.

On an ongoing basis, FCAC makes use of Service Canada's kiosks and offices throughout the country to supply information and resources to Canadians.

- **Information on financial management for Canadian Forces veterans**

During the year FCAC worked with Veterans Affairs Canada to develop plain-language information for Canadian Forces veterans, to assist them in making good financial decisions.

- **Registered Education Savings Plan booklet**

FCAC worked in collaboration with the Canada Education Savings Program at Human Resources and Social Development Canada to develop a booklet explaining Registered Education Savings Plans (RESPs) and how they work. The booklet describes how families can maximize the impact of their RESP contributions by using new federal government education savings incentives, such as the Canada Learning Bond and Canada Education Savings Grants.

- **FCAC in the classroom**

In 2004–05 FCAC participated in the Canada Revenue Agency's Teaching Taxes program, which provides materials to help high school teachers educate students about Canada's tax system. In 2005–06 we followed up by contacting teachers who had requested FCAC material. We sent over 600 letters directly to Canadian teachers to promote the use of FCAC publications with their students. As a result, we received 200 requests and distributed more than 20,000 publications. These helped students better understand a variety of financial products and services, as well as their rights when dealing with financial institutions.



Private-sector and not-for-profit organizations

To reach vulnerable consumers, FCAC partners with organizations that are already in touch with these Canadians or that undertake activities affecting them. The objective is to inform them about their rights, especially to basic banking services—for example, opening a personal bank account or cashing a Government of Canada cheque.

In 2005–06 the Agency continued to build relationships in this sector. Its partners included:

- Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français
- Option consommateurs
- Social and Enterprise Development Innovations
- YMCA of Greater Toronto

These partnerships allow FCAC to extend its reach to communities and groups with which it might not otherwise have direct links.

- **Understanding financial capability**

In June 2005, in partnership with Social and Enterprise Development Innovations and the Policy Research Initiative, FCAC co-hosted “Canadians and Their Money,” a national symposium on the issue of financial capability.

The first event of its kind in Canada, the symposium brought together more than 150 government and private-sector experts and community representatives from Canada, the United States and Europe to learn about existing research, policy and practice in the area of financial capability.

- **Plain language**

FCAC recognizes that many Canadians face financial literacy challenges. To deal with these it has undertaken a number of projects that promote the use of plain language.

FCAC participated again this year in “Towards Clearer Communications,” a series of conferences organized by the Fédération canadienne pour l’alphabétisation en français. Sessions were held in Montréal, Ottawa, Vancouver and St. John’s. FCAC provided a one-hour presentation on the Agency’s experience in the area of plain-language communications. The four conferences attracted 1,028 participants in 2005–06, almost doubling the figure for 2004–05.

- **FCAC’s “Train the Trainer” program**

Developed by FCAC, “Train the Trainer” is a program that provides an overview of the Canadian financial services industry, along with plain-language information on consumers’ rights to open a bank account and cash a Government of Canada cheque for free in Canada. FCAC

gives the program and relevant materials—including presentations and publications—to organizations and trainers willing and able to deliver the information to new immigrants or other community groups.

In 2005–06 the YMCA of Greater Toronto and Option consommateurs delivered this program to various groups. The Agency will continue to offer the program to interested organizations.

- **Accessible credit card documents**

Working with MasterCard, in 2005–06 we asked plain-language experts to recommend ways of increasing the readability of solicitation and application documents for credit cards. The experts considered the literacy level required to fully understand forms and brochures used in credit card applications; they identified strengths and weaknesses of existing documents; and they proposed a model application form that would be accessible to people of widely varying literacy levels.

By the end of March 2007, FCAC and MasterCard hope to finalize a model form based on the experts’ recommendations. Clearer disclosure will help Canadians better understand the terms and conditions of their credit card agreements.

International scene

FCAC participates in the International Forum on Financial Consumer Protection and Education, created over three years ago. The Forum’s annual meetings bring together financial market conduct regulators from various countries to share best practices and common concerns in the field of financial consumer protection and education.

Held in Malaysia, the 2005–06 meeting drew more than 50 representatives from 35 countries. Discussions focused on a range of topics: financial capability; fair market practices; identity theft and fraud; effective disclosure; statutory versus self-regulation; the supervisory framework for market conduct; measuring effectiveness; and the future of consumer protection.

Media relations

As a small agency, we explore all opportunities for communicating what we do and how our efforts benefit Canadians. We consider the media an important channel for conveying information about our work and about financial sector issues in general.

In 2005–06, FCAC continued to have a positive relationship with the media. The Agency received 388 media mentions, resulting in 24 million media impressions. This represents a significant increase over 2004–05, when we were covered in 204 stories for a total of 20 million media impressions.*

FCAC continues to be mentioned in connection with issues related to credit cards and debit card fraud. However, there was also significant media coverage of the Agency's newest publication, *Understanding Your Credit Report and Credit Score*, its payday loan survey and the new Credit Cards and You interactive tool. Coverage was most extensive in print media outlets in both official languages.

* FCAC calculates its overall media "impressions" by adding up the circulation figures of media in which the Agency was mentioned. In cases where we could not obtain figures, nothing was added to the overall total.

Compliance and Enforcement Branch

PROTECTING CONSUMERS IN THE MARKETPLACE

FCAC's Compliance and Enforcement Branch (formerly Compliance and Industry Relations) oversees consumer protection laws, and monitors compliance with voluntary codes of conduct and public commitments. The Agency proactively investigates industry compliance. It relies on consumer complaints as a source of information, and also uses other tools such as mystery shopping exercises and annual examinations.

The market impact of FCAC's supervision is considerable. A single compliance case may lead to changes throughout the industry, and improvements for thousands or even millions of Canadians.

Refining the compliance process

FCAC reviews its compliance procedures on an ongoing basis to ensure that they are effective and cost-efficient. After a major review of its compliance framework in 2003–04, the Agency took further steps to improve the efficiency of its investigation process in 2005–06. Recent adjustments have been primarily internal; they are designed to maximize consumer protection with the resources available by targeting more substantive compliance concerns.

All compliance cases undergo early assessment and prioritization. Following revisions to the procedures, the administrative process has been simplified for cases where the problem is isolated and the impact is limited. This approach frees resources for more substantive cases, while reducing the administrative burden on financial institutions. In a non-substantive case the Deputy Commissioner may close the file

without further investigation, advising the financial institution of the action taken.

For a more substantive case a complete investigation is conducted and, where warranted, the compliance officer prepares a report with recommendations to the Commissioner on appropriate measures. To identify potential trends, the Branch closely monitors all issues brought to its attention, whether substantive or non-substantive.

In some situations, joint borrowers do not wish to receive individual copies of the disclosure statements. Borrowers cannot absolve an institution of its legislative obligation to provide disclosure. In the view of the Commissioner, however, after joint borrowers have been informed of their right to receive separate disclosure documents, they may give their written consent to receive these in the form of a single disclosure statement addressed jointly to the co-borrowers.

In 2005–06 the Commissioner made clear to the industry his view that all borrowers without exception should receive equal disclosure. Accordingly, FCAC has requested all affected federally regulated financial institutions to review their practices and ensure that they provide proper disclosure to all borrowers.

Disclosure to multiple borrowers

Spurred by a single case (see page 20), in 2005–06 the Commissioner made clear to the industry his view that all borrowers without exception should receive equal disclosure. He pointed out that the *Cost of Borrowing Regulations* do not differentiate between types of borrowers, and that therefore the disclosure of the cost of borrowing and other prescribed information is to be provided to all borrowing parties, in keeping with the *Regulations*.

Accordingly, FCAC has requested all affected federally regulated financial institutions to review their practices and ensure that they provide proper disclosure to all borrowers.

The consent must clearly set out the consequences of this decision, and it should include a statement indicating that the consent may be revoked if separate statements are required in the future.

Commissioner's decisions in 2005–06

Throughout each fiscal year, the Commissioner makes numerous decisions on cases related to compliance matters. Following are summaries of a few notable decisions in 2005–06.

- **Failure to disclose credit card provisions**

A bank offered a new service for one of its credit cards, including an insurance benefit. A consumer who held the credit card in question

and was over the age of 65 opted and paid for the service. At the time the service was launched, however, the benefit was restricted to individuals under the age of 65. As a result, the consumer had to go to another provider and incur an additional cost to obtain the desired service.

Consumers were not provided with proper initial disclosure about this service. Moreover, the wording of the notice sent to customers was misleading. Since these actions constituted a violation of the *Bank Act* and the *Cost of Borrowing (Banks) Regulations*, the Commissioner issued a Notice of Violation, noting two violations against the bank.

In response to the Commissioner's decision, the bank sent a mailing insert informing customers of changes to the cardholder agreement. The bank has also undertaken to reprint its insurance certificates to ensure that the information is accurate.

- **Failure to disclose credit card charges**

A consumer contacted FCAC to report that he was being charged interest for purchases on his credit card, even though the purchases were not yet shown on his monthly statement or included in his monthly balance.

The consumer had taken advantage of a promotional offer from the bank and obtained convenience cheques that offered a lower interest rate. Printed on the back of the cheques was a condition that purported to change the allocation of payments. These would now be allocated first to new transactions whether or not they had appeared on the credit card statement. The change had the effect of eliminating the grace period offered in the cardholder agreement, making the consumer

liable to interest charges. The promotional cheques were used by approximately 158,000 customers; 8,200 of them were similarly affected.

A Notice of Violation was issued, noting one violation against the bank. The bank undertook to issue a refund to all cardholders who had taken advantage of the offer and had been adversely affected. The bank also reviewed its payment allocations, with the result that it changed its practice: instead of applying payments to lower-rate, unbilled transactions, it would apply payments first to transactions appearing on statements. In addition, the bank mailed to customers an updated account-holder agreement disclosing how their payments would be allocated.

- **Failure to disclose a loan amendment to a joint borrower**

A consumer contacted FCAC to report that a bank had made changes to the loan on which he was a co-borrower without his knowledge or consent, and that he had not received disclosure documentation from the bank about the changes.



Proper disclosure ensures that consumers are able to make the right decisions when using their credit card accounts.

The failure to disclose an amendment to the terms of the loan in question was a contravention of applicable regulations. A Letter of Reprimand was issued, noting one violation against the bank.

Before the incident, the bank had implemented policies and procedures to ensure that all borrowers are required to sign amendments to loans, and that all receive the appropriate disclosure documents. Following FCAC's intervention, the bank provided training to the employee involved in this case.

The case prompted FCAC to conduct an industry-wide review of disclosure for multiple borrowers. More information on this undertaking is provided on page 19, under the heading "Disclosure to Multiple Borrowers."

- **Failure to advertise correct annual interest rate on loans**

A bank conducted an advertising campaign for a mortgage product through direct mail, the Internet and the media. Some of the advertising material failed to indicate the cost of borrowing as an annual percentage rate with the same prominence and in the same manner as the interest rate. An incorrect annual percentage rate was also disclosed. Some of the advertisements did not indicate the term of the loan.

Since these actions constituted a failure to comply with applicable regulations and sections of the *Bank Act*, a Notice of Violation was issued, noting one violation against the bank for non-compliance.

The bank modified its advertising campaign to achieve full compliance. It also took measures to ensure that future campaigns would meet all compliance tests.

- **Exemption granted from requirement to provide notice of bank branch closure**

A bank made a request to the Commissioner to be exempted from the requirement to provide a written notice of branch closure for one of its closing branches. The request was granted.

The closing branch was relocated to a site more than 500 metres away but only an estimated 10 metres over the prescribed distance. A sign announcing the bank as a tenant at the new site was installed seven months before the move. The bank indicated that the move would have no impact on the current activities of the branch and would not disrupt service.

The bank planned several measures to ease the transition to the new location. These included sending a communication to all customers announcing the new branch location, displaying posters in the closing branch during the months preceding the move, providing extended hours of service at the new location, keeping a bank machine at the closing branch location and providing wheelchair access for customers at the new location.

The *Notice of Branch Closure (Banks) Regulations* allow discretion to the Commissioner to grant exemption from the requirement to give notice of a closure, or to vary the notice, in specific cases. In this case the Commissioner exercised his discretion and granted the exemption because the branch was to be relocated at a distance of only 510 metres, with very limited impact on the community.

Annual examinations

As part of its mandate, FCAC carries out annual general examinations of all federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with consumer laws, regulations and voluntary codes of conduct. The Agency found that federally regulated financial institutions are broadly meeting their obligations. Individual investigations and compliance cases were initiated to address specific compliance issues revealed by this annual exercise.

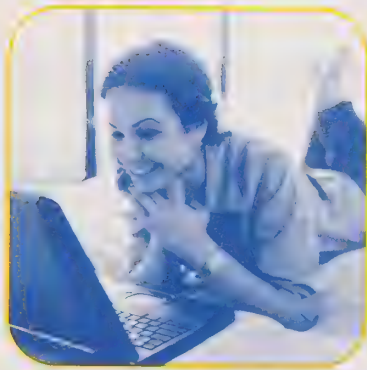
FCAC–Seneca College applied research project

In 2005–06 FCAC collaborated on a research project with the Centre for Financial Services of Toronto’s Seneca College. The project involved designing a curriculum and course materials to enhance educational opportunities for the staff of financial institutions and financial regulators.

The research project ran from July 2005 to the end of March 2006. It examined the qualifications, knowledge base and skills of compliance personnel. The aim was to determine the types of training and professional development that would enable compliance officers to more rapidly identify non-compliance risks and issues; this increased ability would in turn enhance protection for consumers and reduce reputational risks. The resulting course materials will be suitable for training workers in the compliance area of the financial sector.

Compliance Connection Newsletter

At the end of 2005–06, FCAC’s quarterly compliance newsletter, *Compliance Connection*, was replaced with a new area on our Web site: “News and Information,” accessed through the new “For the Industry” portal. This is a more effective and accessible means of disseminating regularly updated information about FCAC’s compliance mandate.



Working for Canadians

Issues that concern Canadians

At the heart of our mandate is the responsibility to listen to and respond to Canadians' concerns. Over the course of the year we receive thousands of inquiries, requests and complaints about the market conduct of federally regulated financial institutions. The charts and tables on the following pages provide a detailed report on what Canadians are concerned about, which parts of the country we hear from most and which issues we hear about most.

FCAC serves consumers from all over Canada.

Table 2 shows the number of inquiries and complaints received during 2005–06, broken down by location. Total contacts were 39,818, up from 28,788 the previous year. Overall, contacts in 2005–06 increased by 38 percent from the previous year. Quebec and Ontario accounted for the greatest number of contacts.

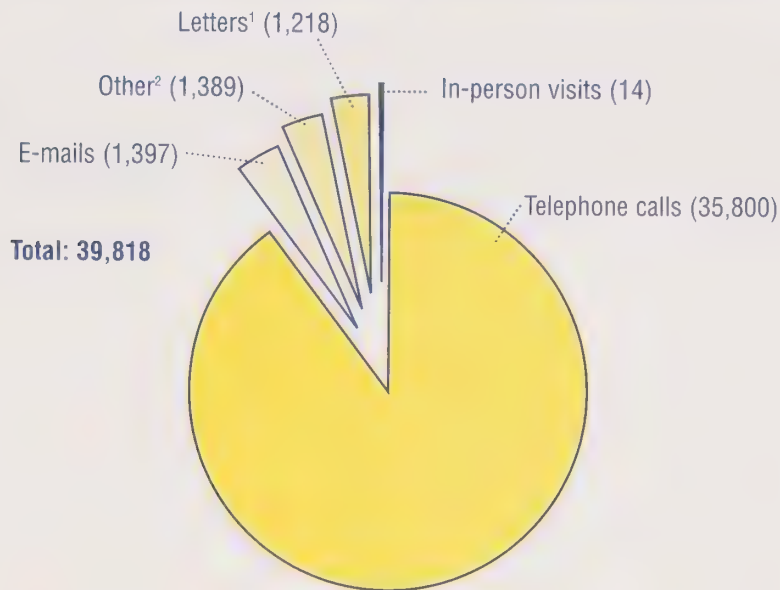
Table 2: Total contacts received by FCAC, by location		
	2004–05	2005–06¹
Alberta	2,966	4,190
British Columbia	1,813	4,685
Manitoba	1,121	1,601
New Brunswick	880	1,203
Newfoundland and Labrador	409	618
Northwest Territories	29	57
Nova Scotia	818	1,139
Nunavut	18	62
Ontario	7,239	11,976
Prince Edward Island	71	164
Quebec	5,784	11,423
Saskatchewan	710	1,165
Yukon	15	23
USA	96	109
International, other than USA	74	65
Unknown ²	6,745	1,338
Total	28,788	39,818

¹ In late 2005–06, FCAC enhanced its data processing system to track outreach activities more closely. A small number of outreach contacts (251) were recorded in the database.

² The location was not indicated by the person contacting FCAC. Since 2004–05, improved tracking has reduced the number of contacts recorded in the "Unknown" category.

Chart 3 shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC. Telephone continues to be the preferred way for consumers to contact FCAC, accounting for almost 90 percent of all contacts.

Chart 3: Total contacts received by FCAC, by source, 2005–06



¹ Includes letters, faxes and telephone calls that required a written response.

² Includes cases initiated by FCAC and self-reported complaints from financial institutions.

Chart 4 breaks down inquiries about federally regulated financial institutions by the type of institution. Banks were the subject of 88 percent of inquiries concerning federally regulated financial institutions.

Chart 4: Total contacts received by FCAC, by type of federally regulated financial institution, 2005–06

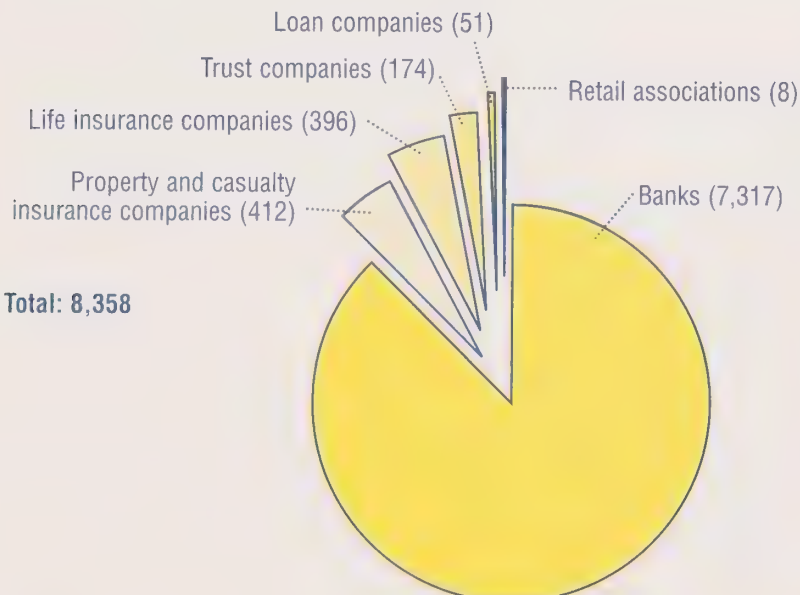


Table 3 shows the number and range of topics about which inquiries and complaints were made during the year, excluding compliance matters. The top three areas of concern to consumers who contacted FCAC were direct deposits, cheques and credit bureaus.

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,' 2005-06

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
Accounts			
ABMs	21	47	68
Access to funds	78	57	135
Account fees	57	47	104
Agreements	11	17	28
Banknotes	1	1	2
Bill payments (in-branch)	5	1	6
Certified cheques	1	1	2
Cheques	2,063	174	2,237
Closed	28	52	80
Collection	27	32	59
Debit cards	53	39	92
Direct deposits ²	5,154	11	5,165
Drafts or money orders	15	13	28
Fraud	43	33	76
Interest rates	17	5	22
Internet banking	15	19	34
Opening	648	76	724
Overdraft	7	20	27
Point-of-sale purchases	8	8	16
Pre-authorized debits	46	48	94
Privacy issues	48	17	65
Quality of service	6	34	40
Right of offset	72	30	102
Statements	19	23	42
Telephone banking	3	1	4
Tied selling	4	1	5
Transfers	23	36	59
Other	123	31	154
Subtotal	8,596	874	9,470

Table continued on next page

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,¹ 2005–06 (continued)

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
Credit			
Collection	29	52	81
Credit bureaus	1,199	105	1,304
Credit counselling	232	9	241
Subtotal	1,460	166	1,626
Credit cards			
Applications	191	36	227
Bill payments	70	90	160
Cancellations	54	48	102
Changes to terms and conditions	13	12	25
Collection	66	152	218
Complaint-handling procedures	4	14	18
Convenience cheques	8	10	18
Debt management	29	6	35
Deposits (secured only)	6	2	8
Disclosure	2	3	5
Fees	61	40	101
Fraud	50	38	88
Insurance	35	19	54
Interest rates	67	79	146
Internet banking	3	2	5
Lost	5	2	7
Pre-authorized debits	7	9	16
Privacy issues	8	11	19
Quality of service	1	30	31
Reward plans	10	5	15
Solicitations	33	47	80
Telephone banking	1	1	2
Tied selling	0	2	2
Transfer of balances	9	15	24
Other	218	60	278
Subtotal	951	733	1,684

Table continued on next page

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,' 2005-06 (continued)

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
Financial institutions			
Banknotes	11	3	14
Branch closures	36	19	55
Branches	17	8	25
Coins	17	8	25
Complaint-handling procedures	43	108	151
Contact information	800	7	807
Estate matters	47	34	81
Exchange rates	20	10	30
Legitimacy	316	2	318
Maximum interest rate	30	0	30
Quality of service	17	42	59
Regulatory	112	4	116
Safety deposit boxes	7	10	17
Other	93	29	122
Subtotal	1,566	284	1,850
General inquiries			
FOIA	254	5	259
Publications	2,523	3	2,526
Referrals to other departments or organizations	15,276	417	15,693
Regulations	115	5	120
Refusals to cash large bills	5	1	6
Small/medium-sized enterprises	66	7	73
Wrong numbers	2	0	2
Other	799	114	913
Subtotal	19,040	552	19,592
Insurance			
Car	205	91	296
General issues	6	4	10
Home	130	44	174
Life	180	109	289
Lines of credit	1	4	5
Loan	1	0	1
Medical	8	17	25
Mortgage	6	8	14
Small/medium-sized enterprises	8	6	14
Travel	2	3	5
Not specified	54	11	65
Subtotal	601	297	898

Table continued on next page

Table 3: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category,¹ 2005–06 (continued)

CATEGORY	INQUIRIES	COMPLAINTS	TOTAL
Investments			
Canada Savings Bonds	247	5	252
Guaranteed investment certificates	71	56	127
Life Income Funds	17	2	19
Mutual funds	29	18	47
Pensions	146	12	158
Registered Education Savings Plans	54	20	74
Registered Retirement Income Funds	11	20	31
Registered Retirement Savings Plans	145	86	231
Stocks	42	35	77
Not specified	94	51	145
Subtotal	856	305	1,161
Loans			
Car loans	283	52	335
Joint loans	2	1	3
Leases	16	2	18
Lines of credit	55	43	98
Mortgages	233	229	462
Payday loans	48	31	79
Personal loans	130	98	228
Student loans	158	47	205
Not specified	231	152	383
Subtotal	1,156	655	1,811
Grand total	34,226	3,866	38,092

¹ Also excluded are media and outreach contacts.

² The cheque insert campaign generated a large number of inquiries about direct deposit to accounts.

³ These contacts represent requests or inquiries strictly about publications. Not included is any case in which the consumer also had questions on another topic.

Table 4 shows the number and type of compliance contacts received by FCAC during the past two years. The overall number of compliance contacts received by the Agency remained approximately the same in 2004-05 and 2005-06.

Table 4: Total compliance contacts received, by category¹		
	2004-05	2005-06
Codes of conduct and public commitments		
Complaints	220	117
Inquiries	9	7
Self-reported complaints ²	11	18
Media inquiries	— ³	1
Consumer provisions		
Complaints	517	334
Inquiries	18	9
Self-reported complaints	418	694
Media inquiries	— ³	2
Filings	176	153
Total	1,369	1,335

¹ For definitions of terms, see Appendix A (Glossary).

² To date, the Commissioner has not exercised his right to require financial institutions to self-report complaints related to codes of conduct or public commitments. Instead, the Commissioner has agreed that a financial institution can either self-report or improve public awareness of its codes and commitments.

³ The method of classifying media inquiries was different in 2004-05 and 2005-06.

Table 5 gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter. During 2005-06, 1,316 compliance cases were opened; 1,385 were closed by the year's end.

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹				
	Cases pending at end of 2004-05	Cases opened during 2005-06	Cases closed during 2005-06	Cases pending at end of 2005-06
CONSUMER PROVISIONS				
Accounts				
Advertisement	0	1	1	0
Disclosure of charges or services to customers	12	55	57	10
Disclosure of charges when account is opened	4	49	43	10

Table continued on next page

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹ (continued)

CONSUMER PROVISIONS	Cases pending at end of 2004-05	Cases opened during 2005-06	Cases closed during 2005-06	Cases pending at end of 2005-06
Accounts				
Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation	4	7	9	2
Disclosure of required information in written notice of refusal	1	1	0	2
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	2	0	3
General	0	4	3	1
Provision of account agreements and complaint procedures	0	5	3	2
Provision of advance notice for new and/or increased charges	11	66	66	11
Provision of written notice of refusal	4	5	5	4
Refusal to open — General	16	59	47	28
Refusal to open because of bankruptcy	1	4	4	1
Refusal to open because of credit history	33	32	47	18
Refusal to open because of lack of employment	0	1	0	1
Refusal to open because of lack of proper identification	4	34	27	11
Branch closures				
General	1	1	2	0
Provision of required notice	2	5	7	0
Request for public meeting	0	4	4	0
Coercive tied selling				
Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling	1	3	1	3
General	7	18	21	4
Complaint procedures				
Designation of committee to monitor procedures	0	2	0	2
Establishment of complaint-handling procedures	0	4	2	2
Filing requirements not met	0	2	0	2
Requirement for FRFI ² other than a bank to be a member of a third-party dispute resolution organization	59	6	60	5

Table continued on next page

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹ (continued)

CONSUMER PROVISIONS	Cases pending at end of 2004-05	Cases opened during 2005-06	Cases closed during 2005-06	Cases pending at end of 2005-06
Compliance of affiliate	1	0	1	0
Cost of borrowing — General	1	3	1	3
Credit cards				
Disclosure in plain language	1	0	1	0
Disclosure of changes to non-interest charges	4	9	13	0
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	4	30	29	5
Disclosure of cost of borrowing when issued	20	64	64	20
Disclosure of non-interest charges when issued	22	30	44	8
Disclosure of required information in monthly statements	4	8	9	3
Disclosure of required information in advertisements	1	2	0	3
Disclosure of required information in application forms	7	12	13	6
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	3	3	3	3
Disclosure relating to optional services	12	42	49	5
General	5	26	29	2
Provision of monthly statements	51	98	105	44
Disclosure of charges for services	2	11	9	4
Disclosure of cheque holding policy	10	37	36	11
Disclosure of interest rates — General	1	14	9	6
Disclosure of interest rates in advertisements	0	1	1	0
Examination — Institution-specific	1	1	1	1
Failure to inform how to reach FCAC	0	3	1	2
Government of Canada cheques				
Displaying and making available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	1	0	0	1
Fee charged for cashing	0	3	2	1
Provision of written notice of refusal	2	2	2	2
Refusal to cash	5	18	15	8
Index-linked deposits — Disclosure of required information	0	5	5	0

Table continued on next page

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹ (continued)

CONSUMER PROVISIONS	Cases pending at end of 2004-05	Cases opened during 2005-06	Cases closed during 2005-06	Cases pending at end of 2005-06
Lines of credit				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	5	10	10	5
Disclosure of cost of borrowing when issued	3	16	13	6
Disclosure of non-interest charges when issued	2	2	3	1
Disclosure of required information in advertisements	0	2	0	2
Disclosure relating to optional services	3	1	4	0
General	1	3	2	2
Provision of monthly statements	6	21	19	8
Loans				
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7	8	7	8
Disclosure of cost of borrowing when issued	2	13	9	6
Disclosure of non-interest charges when issued	0	1	1	0
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	1	0	0	1
Disclosure relating to optional services	1	1	1	1
General	5	8	9	4
Provision of annual statements	2	8	3	7
Mortgages				
Disclosure in plain language	0	1	0	1
Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement	7	24	19	12
Disclosure of changes to non-interest charges	0	2	2	0
Disclosure of cost of borrowing when issued	5	13	9	9
Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum	2	1	3	0
Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges	15	66	72	9
Disclosure of non-interest charges when issued	0	10	9	1
Disclosure of required information following a missed payment	2	4	6	0
Disclosure of required information in advertisements	2	1	3	0

Table continued on next page

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹ (continued)

	Cases pending at end of 2004-05	Cases opened during 2005-06	Cases closed during 2005-06	Cases pending at end of 2005-06
CONSUMER PROVISIONS				
Mortgages				
Disclosure relating to optional services	2	3	5	0
General	5	5	6	4
Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date	0	9	5	4
Provision of Public Accountability Statement	6	2	6	2
Public Accountability Statement made available to public	0	1	1	0
Subtotal	403	1,028	1,078	353
CODES OF CONDUCT AND PUBLIC COMMITMENTS				
Codes of conduct				
Authorized insurance activities	5	10	11	4
Debit card code	21	51	47	25
Small Business Banking Code of Conduct	1	6	6	1
Subtotal	27	67	64	30
Public commitments				
Accessibility of complaint procedures	2	10	9	3
Agreement to offer low-cost accounts	1	2	1	2
Credit cards — General	1	1	1	1
Credit cards — Visa E-Promise	0	2	2	0
Credit cards — Zero liability	30	43	64	9
Interac Online	0	1	1	0
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	3	4	6	1
Undertaking on unsolicited services	1	5	4	2
Subtotal	38	68	88	18
FILINGS				
	Filings pending at end of 2004-05	Filings received during 2005-06	Filings closed during 2005-06	Filings pending at end of 2005-06
Branch closures				
Provision of closure notice	4	74	74	4
Provision of closure notice — Less than 500 m	0	21	21	0
Provision of notice for in-store, agency or satellite branches ³	1	10	11	0
Provision of notice for temporary closure ³	1	4	5	0
Provision of complaint-handling procedures by new institutions	9	18	20	7

Table continued on next page

Table 5: Compliance matters relating to consumer provisions, codes of conduct, public commitments and required filings¹ (continued)

FILINGS	Filings pending at end of 2004-05	Filings received during 2005-06	Filings closed during 2005-06	Filings pending at end of 2005-06
Public Accountability Statements	5	11	9	7
Revised complaint-handling procedures ²	3	15	15	3
Subtotal	23	153	155	21
Grand total 2005-06	491	1,316	1,385	422

¹ In some areas reclassification has necessitated restatement of the 2004-05 data. FCAC may reclassify a case in which further investigation reveals that the complaint or inquiry relates to a different issue from that originally identified.

² FRFI: federally regulated financial institution.

³ These filings are not required by legislation but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed.

Table 6 presents the outcome of compliance cases closed in 2005-06 on which FCAC took action. In 2005-06, FCAC closed seven compliance cases in which the Commissioner found violations of federal statutes. In addition to these seven cases, FCAC closed one case in which the Commissioner made a finding of non-compliance with a voluntary public commitment by a federally regulated financial institution.

Table 6: Compliance cases closed where action was taken, 2005-06

CONSUMER PROVISIONS	Number of cases closed with violations	Number of violations identified	Commissioner's decisions
Credit cards			
Failure to disclose the required information in monthly statement	1	1	1 Notice of Decision, no Administrative Monetary Penalty
Failure to disclose relating to optional services	2	2	1 Notice of Decision, no Administrative Monetary Penalty
Loans			
Failure to disclose changes to the cost of borrowing or credit agreement	1	1	1 Letter of Reprimand ¹
Mortgages			
Failure to disclose information relating to repayments, rebates or charges	2	2	1 Notice of Decision ² and Administrative Monetary Penalty (\$30,000) ³
Failure to disclose required information in an advertisement	1	1	1 Notice of Decision, no Administrative Monetary Penalty
Total	7	7	

¹ This case was already under review when FCAC procedures changed to discontinue the use of Letters of Reprimand.

² The same Notice of Decision was issued for these two cases.

Because they use accrual accounting, the FCAC Financial Statements report the total Administrative Monetary Penalties as \$35,000. This amount includes an additional \$5,000 penalty assessed in 2005-06 for a case that was not yet closed at the year's end.

Table 7 shows how many cases relating to consumer provisions were closed during 2005–06.

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition,¹ 2005–06

CONSUMER PROVISIONS	
Accounts	
	Advertisement
	Disclosure of charges or services to customers
	Disclosure of charges when account is opened
	Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation
	General
	Provision of account agreements and complaint procedures
	Provision of advance notice for new and/or increased charges
	Provision of written notice of refusal
	Refusal to open — General
	Refusal to open because of bankruptcy
	Refusal to open because of credit history
	Refusal to open because of lack of proper identification
Branch closures	
	General
	Provision of required notice
	Request for public meetings
Coercive tied selling	
	Displaying and making available notice relating to the prohibition on coercive tied selling
	General
Complaint procedures	
	Establishment of complaint-handling procedures
	Requirement for FRFI ³ to be a member of a third-party dispute resolution organization
Compliance of affiliate	
Cost of borrowing	
Credit cards	
	Disclosure in plain language
	Disclosure of changes to non-interest charges and/or credit agreement
	Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
	Disclosure of cost of borrowing when issued
	Disclosure of non-interest charges when issued
	Disclosure of required information in monthly statements
	Disclosure of required information in application forms
	Disclosure of the cost of borrowing expressed as a rate per annum
	Disclosure relating to optional services
	General
	Provision of monthly statements

¹ For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary).

² Compliance Agreements also include less formal action plans.

³ FRFI: federally regulated financial institution.

Addressed at the industry level	Addressed in a Compliance Agreement ²	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter	Other	Violation	Withdrawn	Not granted	Total number of cases closed
			1						1
		2	52	2			1		57
			43						43
			7	1	1				9
			3						3
			3						3
		1	63				2		66
	1		2				2		5
	1		37	4	1		4		47
	1		3						4
	5	2	26	1	4		9		47
	2		21				4		27
			1	1					2
		1	6						7
							2	2	4
			1						1
			18				3		21
			2						2
		45	15						60
			1						1
				1					1
			1						1
	5		12				1		13
	4		20	2	1		1		29
		3	52	2			3		64
		1	42				1		44
			8			1			9
		1	11				1		13
		1	1				1		3
			44	1		2	2		49
	4		11	13			1		29
	13	23	62	4			3		105

Table continued on next page

Table 7: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition,¹ 2005–06 (continued)

CONSUMER PROVISIONS	
Disclosure of charges for services	
Disclosure of cheque holding policy	
Disclosure of interest rates in advertisements	
Disclosure of interest rates — General	
Examination — Specific to FRFI³	
Failure to inform how to reach FCAC	
Government of Canada cheques	
	Fee charged for cashing
	Provision of written notice of refusal
	Refusal to cash
Index-linked deposits	
Lines of credit	
	Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
	Disclosure of cost of borrowing when issued
	Disclosure of non-interest charges when issued
	Disclosure relating to optional services
	General
	Provision of monthly statements
Loans	
	Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
	Disclosure of cost of borrowing when issued
	Disclosure of non-interest charges when issued
	Disclosure relating to optional services
	General
	Provision of annual statements
Mortgages	
	Disclosure of changes to the cost of borrowing or credit agreement
	Disclosure of changes to non-interest charges
	Disclosure of cost of borrowing when issued
	Disclosure of cost of borrowing expressed as a rate per annum
	Disclosure of information relating to loan repayments, rebates or charges
	Disclosure of non-interest charges when issued
	Disclosure of required information following a missed payment
	Disclosure of required information in an advertisement
	Disclosure relating to optional services
	General
	Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date
Provision of Public Accountability Statement	
Public Accountability Statement available to the public	
Total	

¹ For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary).

² Compliance Agreements also include less formal action plans.

³ FRFI: federally regulated financial institution.

Addressed at the industry level	Addressed in a Compliance Agreement ²	Non-substantive	Non-violation	Not a compliance matter	Other	Violation	Withdrawn	Not granted	Total number of cases closed
			7				2		9
		1	31	4					36
			1						1
			6	2			1		9
			1						1
			1						1
			1						2
		1	1						2
			2						2
	1		8	1			5		15
			5						5
4			6						10
6			7						13
		2	1						3
			2	2					4
1				1					2
4		3	11				1		19
		2	3			1	1		7
			6	2			1		9
			1						1
			1						1
1		1	2	3			2		9
			3						3
3		4	11	1					19
			2						2
2			7						9
			2				1		3
4		2	59	4		2	1		72
			9						9
			5				1		6
		1	1			1			3
			3	1			1		5
		2	3				1		6
2			3						5
		3	3						6
			1						1
53	11	102	784	53	7	7	59	2	1,078

Table 8 shows how FCAC dealt with cases related to codes of conduct and public commitments during 2005–06. Of such cases, a total of 152 were closed. The main code of conduct and public commitment issues were related to credit cards (zero liability) and the debit card code.

Table 8: Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments,¹ by type of disposition, 2005–06

	Compliance	Non-compliance	Withdrawn ²	Not a compliance matter ³	Other	Total cases closed during 2005–06
Codes of conduct						
Authorized insurance activities	6	1	2	2	0	11
Debit card code	31	2	12	2	0	47
Small Business Banking Code of Conduct	5	0	1	0	0	6
Public commitments						
Accessibility of complaint procedures	6	1	2	0	0	9
Agreement to offer low-cost accounts	0	1	0	0	0	1
Credit cards — General	1	0	0	0	0	1
Credit cards — Visa E-Promise	2	0	0	0	0	2
Credit cards — Zero liability	53	1	6	3	1	64
Interac Online	1	0	0	0	0	1
Guidelines for the Transfer of Registered Plans	4	2	0	0	0	6
Undertaking on unsolicited services	2	0	2	0	0	4
Total	111	8	25	7	1	152

¹ For a definition of these terms, see Appendix A (Glossary) and Appendix C (Major Codes of Conduct and Public Commitments Monitored by FCAC).

² Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with a review of the complaint.

³ After further review, it was decided that the case was not a compliance matter.

Table 9 shows how FCAC handled complaints about branch closures during 2004–05 and 2005–06. The number of complaints about branch closures was significantly lower in 2005–06 than in 2004–05.

Table 9: Matters related to branch closures

	2004–05	2005–06
Closure notices filed by financial institutions¹	143	109
Complaints received related to branch closures²	108	19
Requests to change the branch closure notice requirements		
Granted	1	0
Not granted	1	0
Received	2	0
Requests for public meetings on branch closures³		
Received	10	4
Withdrawn	4	2
Number of branches closing for which meeting requests were received, and meetings were or were not required		
Branches for which meeting requests were received	9	3
Branches for which meetings were required by the Commissioner	2	0
Branches for which meetings were not required by the Commissioner ⁴	6 ⁵	2

¹ This is the total number of branch closure filings, including those not falling under the regulatory definition of a branch.

² These are complaints related to branch closures; the complainants did not request a meeting.

³ Some were multiple requests pertaining to the same branch.

⁴ Institutions will often voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

⁵ Includes a request for a second meeting subsequent to a meeting required by the Commissioner.

FCAC's Operations

OPERATIONAL ROLES AND RESPONSIBILITIES

Commissioner

FCAC's Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is William G. Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, including taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising approximately 424 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

FCAC's Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity the FCAC Commissioner advises on key consumer issues, offering important input for the policy advice that the committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfill this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders; and
- handling correspondence with consumers and operating a call centre (a joint venture with CDIC).

Compliance and Enforcement Branch

The FCAC Compliance and Enforcement Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*.

The consumer provisions are listed in Appendix B, page 67. They deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;

- coercive tied selling;
- disclosing cheque holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- disclosing information about account charges and interest;
- producing Public Accountability Statements;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

The Branch also monitors compliance with voluntary codes of conduct and public commitments put in place by financial institutions or associations of institutions to protect consumers. The codes cover topics such as debit cards and credit relations with small businesses.

In addition, the Compliance and Enforcement Branch is responsible for:

- investigating and responding to complaints relating to the consumer provisions that fall under any of the acts within FCAC's jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends;
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them; and
- promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are mystery shopping, consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

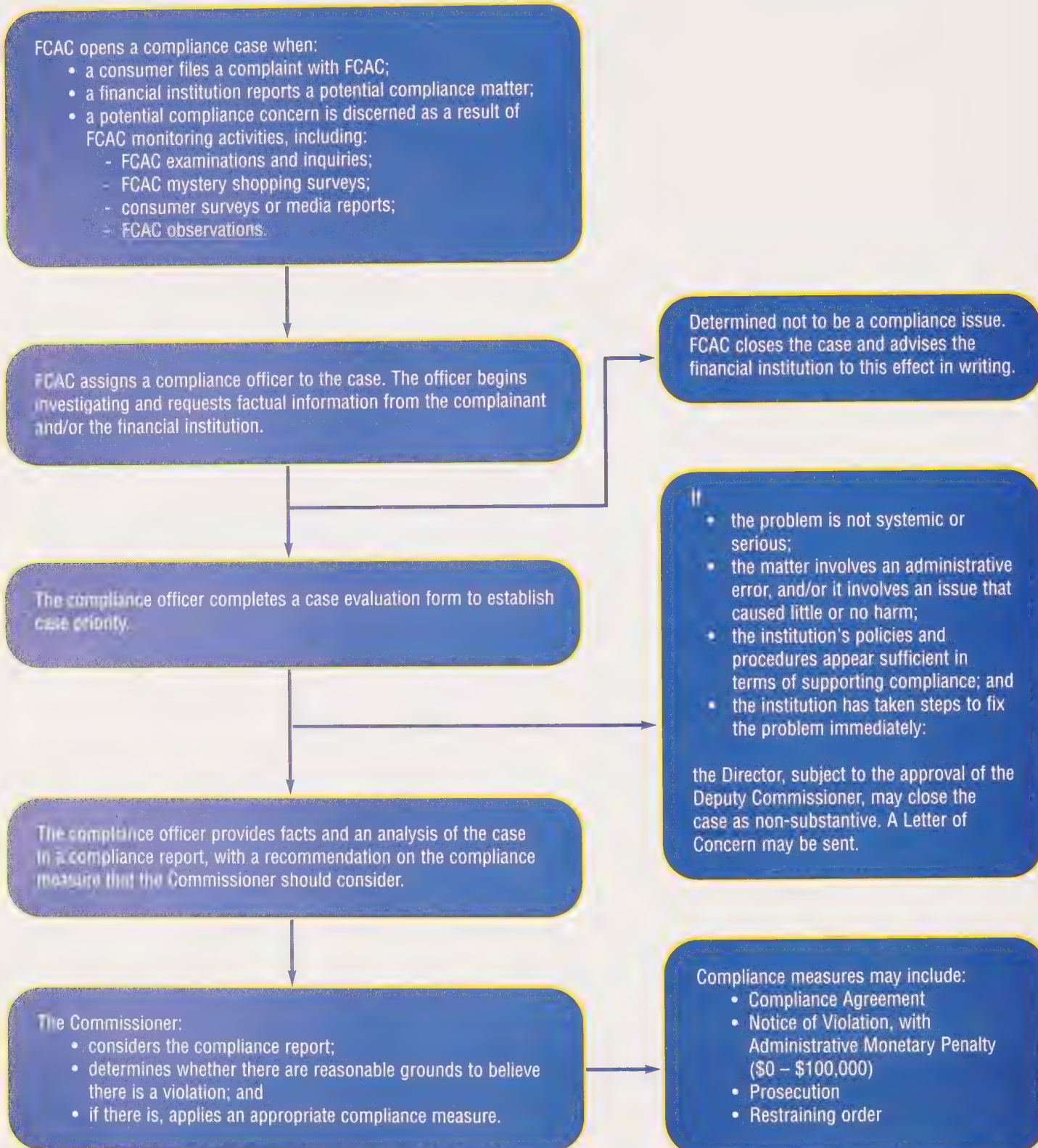
FCAC ensures compliance with legislation and regulations by applying administrative measures, imposing fines, or publicly disclosing the nature of a violation, the name of the offender and the amount of the monetary penalty imposed. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, the degree of intent or negligence, and the compliance history of the financial institution concerned.

To fulfill its mandate of maintaining productive relations with the financial services industry, FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the contacts take place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance issues, and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The ultimate purpose is to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. This new compliance culture requires unqualified cooperation on the part of the financial institutions.

Figure 1: FCAC compliance case management process, as of March 31, 2006

Process

Potential outcomes



Administrative Services Branch

The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as management of human resources contracts, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and courier.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada for its technology and communications services.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

MODERN MANAGEMENT

Following an independent Comptrollership Capacity Assessment in 2003–04, FCAC established an action plan that described the activities, areas of responsibility, time frames and monitoring that would help improve the Agency's management processes. We then carefully scrutinized these opportunities in the context of FCAC's mandate, size, financial resources and stage of development.

As a result of our analysis, we continue to concentrate our efforts on making improvements in the following four areas.

1) Integrated performance information

As stated in our 2004–05 Annual Report, FCAC has a Results-based Management and Accountability Framework (RMAF). This includes:

- a “logic model,” describing FCAC's program in terms of its planned activities, related outputs and intended outcomes;
- an evaluation strategy, presenting the evaluation issues, questions and data; and
- a reporting strategy.

The performance indicators and methodology employed in FCAC's evaluation strategy and Risk-based Evaluation Plan use existing data from our extensive, ongoing performance measurement. In 2005–06 we continued to enhance our data capture and tracking systems to ensure that the information required under the RMAF was being collected and used as effectively and efficiently as possible for reporting and decision-making purposes. During the year we produced our first annual *Program and Performance Management Evaluation Report*.

We have also adopted a performance measurement framework to serve as a guide for FCAC's projects and we are currently implementing it. This will ensure that our work is in line with FCAC's strategic goals and helps to achieve them.

In 2005–06 we produced our first annual Program and Performance Management Evaluation Report. We also adopted a performance measurement framework to serve as a guide for FCAC's projects.

During 2005–06 we undertook a study and surveyed several national and international organizations to learn about their respective service standards, against which FCAC would be able to refine and reaffirm some of its current performance standards.

At the same time we initiated a review of our processes and procedures, particularly those related to our Consumer Contact Centre and our Correspondence Unit. Our aim was to ensure that we continue to meet our performance standards for services to consumers by filling information requests within an appropriate time frame.

2) Human resources

In 2005–06 we initiated a Human Resources Plan process to evaluate the implications of matters such as critical positions, expected retirements, essential skills, training requirements and development opportunities. Following assessments by senior management, we completed the Agency's staffing plan for 2006–07.

During the year we repeated our annual employee survey. The results were analyzed to better understand employees' perceptions of various organizational issues and their level of satisfaction in relation to those issues.

To increase accountability and improve staff understanding of areas of responsibility, we pursued our risk-based approach in reviewing and updating FCAC's key policies, processes and procedures.

We continued to monitor staff commitment to FCAC's previously established organizational values. We did this partly through the annual staff survey.

3) Integrated risk management

In 2005–06 we completed the corporate risk profile for FCAC. We have also finalized FCAC's business process risk matrix; this enables us to ensure that we have identified all major risk categories, and have performed the necessary impact and control self-assessments.

Our 2005–07 business plan incorporates several activities that will help mitigate the risks identified in the corporate risk profile.

4) Rigorous stewardship

We continue to work with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for the provision of internal audit services, and with the Office of the Auditor General of Canada for the annual audit of the Agency's financial statements. As part of our audit program, in 2005–06 we carried out our second internal audit, which focused on issues related to contracting and procurement. In addition, we finalized our multi-year audit plan. All audits and related documentation are presented to FCAC's Audit Committee, established in 2004–05.

In other stewardship areas, we continued reporting on the progress and impact of FCAC's programs to senior management to ensure efficiency and facilitate decision making.

FCAC's Performance

FCAC publishes detailed information about its performance in its annual *Program and Performance Management Evaluation Report*. The report is posted on the Agency's Web site and is also available in print.

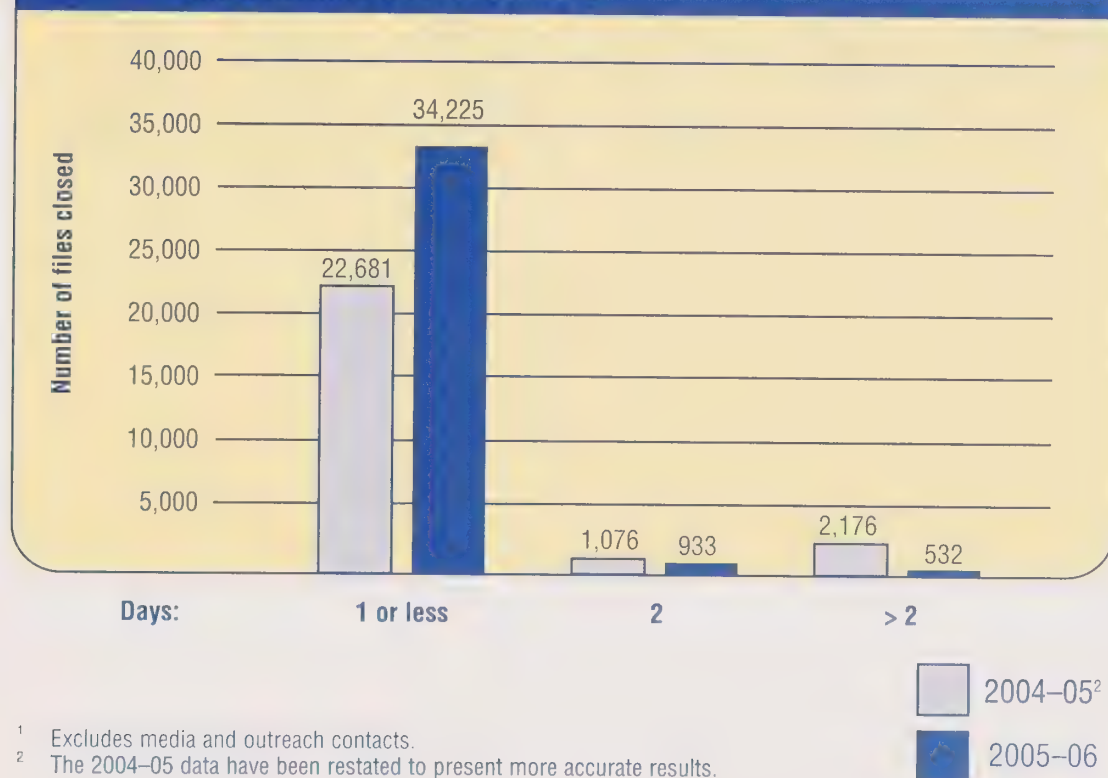
CONSUMER SERVICE PERFORMANCE

FCAC carries out statistical tracking of its service performance in three main areas: the Consumer Contact Centre; the Correspondence Unit; and the Compliance and Enforcement Branch.

Consumer Contact Centre

During 2005–06 the Consumer Contact Centre handled 35,690 telephone calls, an increase of 37.6 percent over the previous year. The average wait time for the majority of callers was 16.2 seconds, and nearly 96 percent of telephone inquiries received by the Consumer Contact Centre were fully addressed the same day. For details, see **Chart 5**.

Chart 5: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre¹

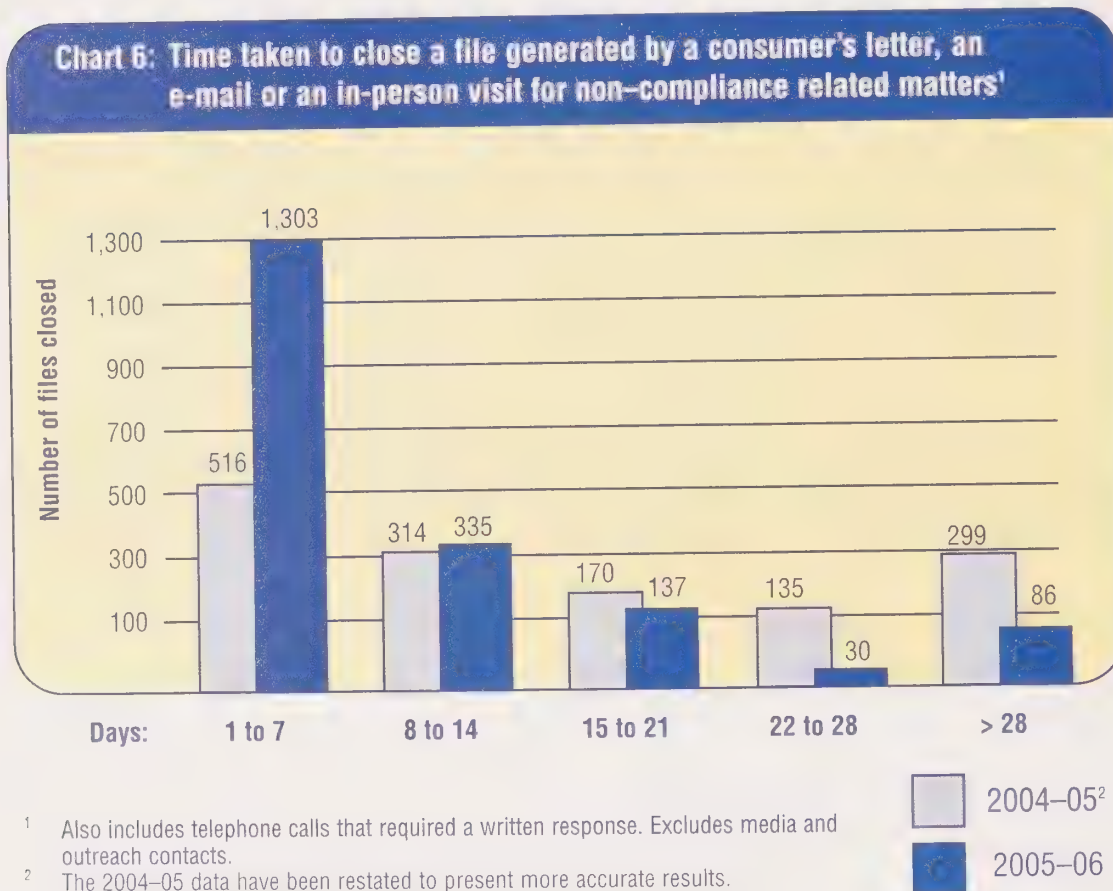


¹ Excludes media and outreach contacts.

² The 2004–05 data have been restated to present more accurate results.

Correspondence Unit

The Correspondence Unit deals with e-mail messages and letters sent to FCAC by consumers. During 2005–06 the Unit responded to 86.5 percent of all such communications within 14 working days of their receipt, compared with 58.0 percent in the previous year. **Chart 6** provides more details.

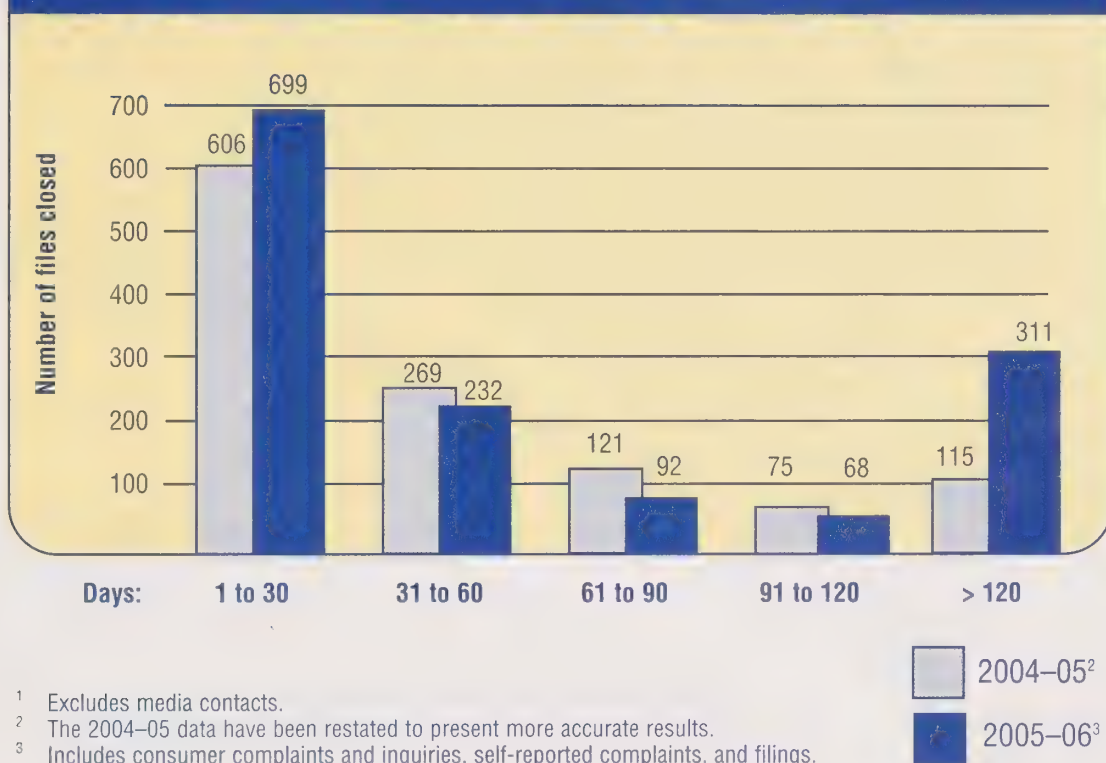


If consumers need information, the Correspondence Unit often directs them to FCAC publications (including *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*) and on-line tools (including the *Credit Cards and You* interactive tool).

Compliance and Enforcement Branch

The Compliance and Enforcement Branch processes compliance-related files as expeditiously and effectively as possible. As shown in **Chart 7**, the Compliance and Enforcement Branch handled 51 percent of files within 30 working days. Two thirds of all cases were closed within 60 working days.

Chart 7: Time taken to close a file related to a compliance matter¹





Financial Statements

Financial highlights

The Financial Consumer Agency of Canada is a federal government department that is funded through assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them and their financial products.

The budget for 2005–06 was \$8.1 million; at the conclusion of the fiscal year, total expenses amounted to \$7.3 million. The surplus of approximately \$800,000 included a \$200,000 annual budget contingency allowance that was not required. Surpluses were recorded notably in the budget centres for human resources costs and general administrative costs (translation, professional services, interest costs, etc.).

Rather than financing broad public awareness campaigns that might have only short-term outcomes, the Agency has expanded its use of carefully focused initiatives, such as inserting information with mail-outs of Government of Canada cheques. It has also participated in events attracting wide audiences, such as the touring Canada Pavilion. In these ways it has worked to foster public awareness of the services provided by the federal government to financial consumers.

From its inception, the Agency has been guided by the management principle that it should concentrate on delivering the program called for in its legislation. We therefore opted to use common and/or shared services for the provision of generic corporate services whenever possible.

We continue to use common service agreements with the following organizations:

- the Office of the Superintendent of Financial Institutions for financial and human resources administration, internal audit services, and research services;
- the Canada Deposit Insurance Corporation for a joint call centre; and
- Public Works and Government Services Canada for information technology support.

Building such strategic partnerships can be considered a best practice: it provides the flexibility needed to manage an evolving program and reduces inefficiency.

The Office of the Auditor General of Canada conducts an annual audit of FCAC's financial statements.

In addition, work is proceeding on the Agency's internal audit program. In 2005–06 we completed our corporate risk profile; we used this to evaluate and determine audit priorities, enabling us to create a multi-year internal audit plan. The Audit Committee, established in 2004–05, has approved the plan.

During 2005–06 we undertook our second internal audit, which focused on contracting and procurement services. The audit results were posted on FCAC's Web site in early 2006–07.

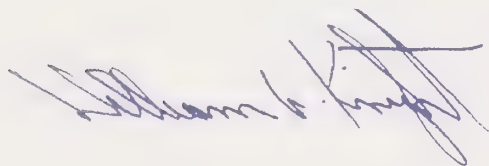
The Agency's management is committed to delivering an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers. At the same time, management continues to fully support the principles of modern comptrollership and strives to implement them.

Management's Responsibility for the Financial Statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements, and their consistency with all other information contained in this annual report, rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgement, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations, as well as with FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



William G. Knight
Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada
May 19, 2006



Auditor General of Canada
Vérificatrice générale du Canada

AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2006 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2006 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles

Michael A. Pickup, CA
Principal
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 19, 2006

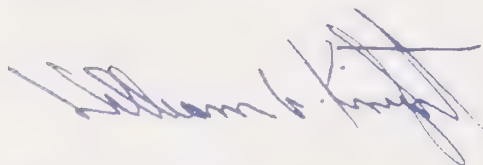
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA

STATEMENT OF FINANCIAL POSITION

As at March 31

	Note	2006	2005
ASSETS			
Current			
Cash Entitlement		\$ 1,557,202	\$ 3,247,346
Assessments Receivable		61,896	42,166
Other Assets		136,079	83,844
Capital Assets	4	275,498	440,832
TOTAL ASSETS		\$ 2,030,675	\$ 3,814,188
LIABILITIES			
Current			
Accounts Payable and Accrued Liabilities		\$ 974,406	\$ 1,563,711
Unearned Revenue		847,968	600,582
Loan Payable	5	—	1,500,000
Employee Future Benefits	6.b	208,301	149,895
Total Liabilities		2,030,675	3,814,188
Equity of Canada		—	—
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA		\$ 2,030,675	\$ 3,814,188
Commitments	8		

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA

STATEMENT OF OPERATIONS AND EQUITY OF CANADA

For the period ended March 31

	Note	2006	2005
REVENUE			
Assessments		\$ 7,291,054	\$ 7,157,400
Other Revenue		718	10,923
Total Revenue		7,291,772	7,168,323
EXPENSES			
Salaries and Benefits		4,060,273	3,731,373
Professional Services		1,236,837	1,562,410
Accommodation		671,161	672,184
Administrative and Other		541,435	435,818
Information Management/Technology		516,182	559,871
Travel		154,064	109,564
Interest		111,820	97,103
Total Expenses		7,291,772	7,168,323
Operating Results before Administrative Monetary Penalties			
		—	—
Administrative Monetary Penalties	9	35,000	80,000
Net Operating Results		35,000	80,000
EQUITY OF CANADA, BEGINNING OF YEAR			
		—	—
Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government		(35,000)	(80,000)
EQUITY OF CANADA, END OF YEAR		\$ —	\$ —

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

STATEMENT OF CASH FLOWS*For the period ended March 31*

	Note	2006	2005
CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES			
Cash Receipts from Financial Institutions		\$ 7,912,343	\$ 7,432,983
Cash Paid to Suppliers and Employees		(7,881,607)	(5,937,410)
Interest Paid		(160,315)	(121,129)
Non-Responsible Administrative Monetary Penalties			
Remitted to the Consolidated Revenue Fund	9	(35,000)	(80,000)
Cash (Used) Provided by Operating Activities		(164,579)	1,294,444
INVESTING ACTIVITIES			
Acquisition of Capital Assets	4	(25,565)	(49,800)
Cash Used for Investing Activities		(25,565)	(49,800)
FINANCING ACTIVITIES			
New Borrowings		4,500,000	6,000,000
Repayments		(6,000,000)	(6,000,000)
Cash Used by Financing Activities		(1,500,000)	—
NET (DECREASE) INCREASE IN CASH ENTITLEMENT		(1,690,144)	1,244,644
CASH ENTITLEMENT, BEGINNING OF YEAR		3,247,346	2,002,702
CASH ENTITLEMENT, END OF YEAR		\$ 1,557,202	\$ 3,247,346

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA

Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2006

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or Crown corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC's assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under section 13(1) of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

- a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

2. Summary of significant accounting policies (continued)

b) Revenue recognition

The Agency is dependent on its revenue from the assessment of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits. FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as unearned revenue on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an adjustment for any differences between the previous year's assessed cost and actual. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operations.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Pension Plan which is sponsored and administered by the Government of Canada. Supplementary retirement benefits may also be provided in accordance with the *Special Retirement Arrangements Act*. Pension benefits accrue up to a maximum period of 35 years at a rate of 2 per cent per year of pensionable service, times the average of the best five consecutive years of earnings. The benefits are integrated with the Canada/Québec Pension Plan benefits and they are indexed to inflation.

Both the employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. FCAC's responsibility with regard to the Plan is limited to its contributions. Actuarial surpluses or deficiencies are recognized in the financial statements of the Government of Canada, as the Plan's sponsor.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is accrued as the employees render their services necessary to earn severance benefits. These benefits represent the only obligation of FCAC that entails settlement by future payment.

The cost of severance benefits is actuarially determined as at March 31st of each year using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates. The excess of any net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the average remaining service period of active employees.

iii) Other future benefits

The federal government sponsors a variety of other future benefit plans from which employees and former employees may benefit during employment or upon retirement. The Public Service Health Care Plan and the Pensioners' Dental Services Plan are the two major plans available to FCAC

2. Summary of significant accounting policies (continued)

employees and retirees. FCAC's responsibility with regard to these two plans is also limited to its contributions.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not have its own bank account. All of the financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

Asset class	Amortization period
Furniture and fixtures	7 years
Leasehold improvements	lesser of useful life or term of the lease
Informatics software	5 years
Office equipment	4 years
Informatics hardware	3 years

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant items involving the use of estimates and assumptions are the benefit costs and the total severance benefits liability.

4. Capital assets

Category	Gross book values			Accumulated amortization			Net book values	
	Opening balance	Additions	Closing balance	Opening balance	Amortization expense	Closing balance	2006	2005
Furniture and fixtures	\$472,133	\$15,327	\$487,460	\$194,541	\$69,565	\$264,106	\$223,354	\$277,592
Leasehold improvements	382,843	—	382,843	293,061	89,782	382,843	—	89,782
Informatics software	91,075	—	91,075	37,639	18,216	55,855	35,220	53,436
Office equipment	51,662	7,266	58,928	33,470	12,173	45,643	13,285	18,192
Informatics hardware	10,643	2,972	13,615	8,813	1,163	9,976	3,639	1,830
Total	\$1,008,356	\$25,565	\$1,033,921	\$567,524	\$190,899	\$758,423	\$275,498	\$440,832

5. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. There were no funds advanced as at March 31, 2006. The terms and conditions of the loan agreement for the preceding year were as follows:

	2006	2005
Principal amount	—	\$1,500,000
Maturity date	—	March 4, 2006
Interest rate	—	2.89%

6. Employee future benefits

a) Pension benefits

FCAC and all eligible employees contribute to the Public Service Pension Plan. This pension plan provides benefits based on years of service and average earnings at retirement. The benefits are fully indexed to the increase in the Consumer Price Index. The estimated employer contributions to the Public Service Pension Plan during the year were \$393,058 (2005 — \$348,678).

b) Severance benefits

Information about FCAC's severance benefit plan is presented in the table below.

	2006	2005
Accrued benefit obligation, beginning of year	\$ 274,445	\$ 176,217
Current service cost	39,213	31,543
Interest cost	14,984	11,615
Benefits paid	(3,951)	—
Actuarial loss	33,737	55,070
Accrued benefit obligation, end of year ⁽¹⁾	358,428	274,445
Unamortized net actuarial loss	(150,127)	(124,550)
Accrued benefit liability	\$ 208,301	\$ 149,895
Current service cost	\$ 39,213	\$ 31,543
Interest cost	14,984	11,615
Amortization of net actuarial losses ⁽²⁾	8,160	4,672
Net benefit plan expense	\$ 62,357	\$ 47,830

1 The cost corresponding to annual changes in the accrued benefit liability is recovered from FCAC's revenue from assessments outlined in Note 2 to the financial statements. Amounts collected in excess of benefits paid are presented on the Statement of Financial Position under the heading of Cash Entitlement.

2 The amortization period is the remaining average service period of active employees.

A discount rate of 4.25% (2005 — 5.13%) was applied in measuring the Agency's accrued benefit obligation. Management's best estimate for the general salary increases used to estimate the current service cost and the accrued benefit obligation as at March 31, 2006 is an annual economic increase of 2.5% for the plan year 2007 (2005 — 2.5% for the plan year 2006). Thereafter an annual economic increase of 2.5% (2005 — 2.9%) is assumed. The average remaining service period of the active employees covered by the benefit plan is 13 years (2005 — 12 years).

7. Related-party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses and the amounts due to (from) those related parties at the end of the year. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

Related Party and Nature of Service Provided	2006		2005	
	Expense	Payable/ (Receivable)	Expense	Payable/ (Receivable)
PWGSC				
Accommodation	\$ 479,479	\$ —	\$ 467,846	\$ —
Management/Information Technology	361,307	90,327	410,587	403,412
Translation Services	109,786	11,820	145,976	22,449
Other Services	—	—	27,202	27,202
	950,572	102,147	1,051,611	453,063
Treasury Board				
Employee Benefits	760,856	27,573	680,841	38,529
CDIC – Professional Services				
Call Centre Administration	448,889	93,205	395,847	155,589
OSFI – Professional Services				
Financial Services	115,500	—	110,000	(286)
Human Resources Services	140,883	40,000	95,819	1,181
Internal Audit Services	36,600	—	47,000	47,000
Research Services	18,801	—	17,938	—
	311,784	40,000	270,757	47,895
Department of Finance				
Interest on Loan from the Consolidated Revenue Fund	111,820	—	97,103	3,253
Total	\$ 2,583,921	\$ 262,925	\$ 2,496,159	\$ 698,329

8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

Year ending March 31	Service agreements	Operating lease	Total
2007	\$ 743,202	\$ 447,593	\$ 1,190,795
2008	385,702	447,593	833,295
2009	397,606	447,593	845,199
2010	410,107	—	410,107
2011	423,234	—	423,234
Total	\$ 2,359,851	\$ 1,342,779	\$ 3,702,630

9. Administrative monetary penalties

The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violations and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been either a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into pursuant to an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respendable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$35,000 (2005 — \$80,000) in administrative monetary penalties during fiscal year 2005 – 06.

10. Comparative figures

Certain 2005 comparative figures have been reclassified to conform to the presentation adopted in 2006.



Appendices

Appendix A

GLOSSARY

Administrative Monetary Penalty

A monetary penalty that the Commissioner may impose after determining that a violation has been committed. The penalty can be as high as \$50,000 for an individual or \$100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation, and any history of previous violations.

Addressed at industry level

A compliance issue has been identified as being an industry-wide issue. The institution has agreed to implement changes to improve compliance.

Addressed in Compliance Agreement

A federally regulated financial institution has agreed to enter into a Compliance Agreement concerning a compliance issue.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Enforcement Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

A compliance case closed between April 1 and March 31 of the reporting year.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or industry. FCAC monitors whether federally regulated financial institutions comply with their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The use of coercion or undue pressure to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate, as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint

A verbal or written expression of dissatisfaction by a consumer, related to any area of activity of a financial institution.

Complaint-handling procedure

A procedure that federally regulated financial institutions are legally required to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada. Financial institutions must file their complaint-handling procedures with FCAC.

Compliance Agreement

An agreement entered into by the Commissioner and the senior management of a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions and setting out a time frame for implementation of the measures. A Compliance Agreement may include action plans.

Compliance, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with the law or with the institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Compliance framework

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with the legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

Compliance measures

A series of actions that the Commissioner may implement when an institution is found to have violated a consumer provision. Determined on a case-by-case basis, the compliance measures may include such correctives as proceedings initiated through a Notice of Violation and an Administrative Monetary Penalty.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, to satisfy the Commissioner that a financial institution is complying with the consumer provisions, as well as with its code of conduct or public commitment. FCAC forwards the conclusions of such examinations to the Minister of Finance.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*) to file with FCAC.

Non-compliance, finding of

After investigation by FCAC, a determination that the actions of a particular financial institution do not comply with the law or with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Non-substantive issue

An issue that appears to be a violation but involves a minor or isolated incident, or has very limited impact on consumers. No violation is noted against the financial institution's history.

Non-violation, finding of

A finding by FCAC, after investigation of a complaint, that the actions of the financial institution concerned are consistent with its consumer provision obligations.

Not a compliance matter

A case may be found to be not a compliance matter in three circumstances:

- The relevant consumer provision, voluntary code of conduct or public commitment was in place before the creation of FCAC (October 24, 2001) or the coming into force of the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations* (February 28, 2002).
- The type of loan agreement does not fall under the *Cost of Borrowing Regulations*.
- Although it was initially classified as a compliance matter, investigation shows that the subject of the case does not fall under a consumer provision, voluntary code or commitment.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that there are reasonable grounds to believe that the institution has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the proposed amount of the Administrative Monetary Penalty to be levied against the institution by FCAC. After the Commissioner issues a Notice of Violation and receives representations from the institution, he decides on a balance of probabilities whether the financial institution committed the violation and, where appropriate, issues a Notice of Decision. The Notice of Decision describes any Administrative Monetary Penalty imposed. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened case

A case opened in FCAC's tracking system between April 1 and March 31 of the reporting year.

Pending case

A compliance case still under investigation by FCAC as of March 31 of the reporting year.

Public Accountability Statement

A statement that each financial institution with \$1 billion or more in equity is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. The statement describes the contributions made by the institution to Canada's economy or society.

Public commitment

A commitment adopted and made publicly by a financial institution (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution. FCAC monitors compliance by federally regulated financial institutions with their public commitments.

Self-reported complaint / Reportable complaint

A complaint involving a consumer provision that is escalated to the reportable level of a financial institution's complaint-handling process. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the compliance framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has withdrawn it or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to obtain the facts necessary for continuing the investigation.

Zero liability

In the event of unauthorized use of a credit card, no liability on the part of the cardholder. The protection may cover purchases made in a store, by telephone or on-line.

Appendix B

CONSUMER PROVISIONS AND REGULATIONS

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts	X	X		X
Requirement to disclose the cost of borrowing	X	X	X	X
Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect)	X	X	X	X
Requirement to open retail deposit accounts	X			
Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC	X			
Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect)	X			
<i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i>				
Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge	X	X		X
Prohibition on charging for cashing Government of Canada cheques	X	X		X
Obligation to cash Government of Canada cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation	X			

Table continued on next page

Consumer provisions administered by FCAC, and the institutions they affect
(continued)

Type of consumer provision	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement to provide notice before closing a retail branch	X	X		X
Requirement for each institution with equity of \$1 billion or more to file a Public Accountability Statement	X	X	X	
Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC	X	X	X	X
Requirement to join a separate complaints resolution organization		X	X	X
Restriction concerning coercive tied selling	X			
Requirements to disclose information to consumers in accordance with regulations (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies)	X	X	X	X
Consumers' right to prepay loans	X	X	X	X
Requirement for an institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions	X	X	X	X
Related matters	Banks	Trust and loan companies	Insurance companies	Retail associations
Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses)	X	X	X	X
Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention	X	X	X	X
Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary	X	X	X	X
Requirement for annual compliance examination and reporting	X	X	X	X
Ability to enter into Compliance Agreements	X	X	X	X
Requirement to pay assessments for funding of FCAC	X	X	X	X
Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties	X	X	X	X

Status of consumer provisions and related regulations, as of March 31, 2006

Name of regulations	Status	Reference No.
<i>Access to Basic Banking Services Regulations</i>	in force	SOR/2003-184
<i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-39
<i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-370
<i>Complaint Information (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-371
<i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-373
<i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-372
<i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2001-374
<i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-375
<i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-262
<i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-101
<i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-102
<i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-103
<i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-263
<i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-104
<i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/99-278
<i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/92-324
<i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-297
<i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1999-272
	as amended by	SOR/2001-468
<i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/1992-321
	as amended by	SOR/2001-469
<i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-298
<i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/1992-322
	as amended by	SOR/2001-470
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-471
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2001-472
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2003-299
<i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2001-473
<i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i>	in force	SOR/2001-474
<i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i>	in force	SOR/2002-101
<i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i>	in force	SOR/2002-102
<i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i>	in force	SOR/2002-104
	as amended by	SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i>	in force	SOR/2002-105
	as amended by	SOR/2003-70
<i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-106
	as amended by	SOR/2003-70
<i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i>	in force	SOR/99-388
	as amended by	SOR/2002-338
<i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i>	in force	SOR/2002-133

Appendix C

MAJOR CODES OF CONDUCT AND PUBLIC COMMITMENTS MONITORED BY FCAC

Codes of conduct

Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities

Outlines the banks' standards for bank employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services ("debit card code")

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

Public commitments

Credit Cards

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

Guidelines for the Transfer of Registered Plans

Explanation of the maximum time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

Low-Cost Accounts

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

On-Line Payments

Commitment to applying the principles and provisions of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services as they apply to on-line payments made from customer deposit accounts. Reflects consumer and industry responsibilities related to the use of on-line payment systems in Canada.

Plain-Language Mortgage Documents

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

Undertaking on Unsolicited Services

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

Note: For definitions of the terms “code of conduct” and “public commitment,” see Appendix A (Glossary).

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés
Ces lignes directrices décrivent les modalités fixées à l'égard du temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

Paiements en ligne

Il s'agit des engagements portant sur l'application des principes et des dispositions du Code de pratique canadien des services de cartes de débit en ce qui concerne les paiements en ligne imputés sur les comptes de dépôt des consommateurs. Ces engagements précisent les responsabilités des consommateurs et du secteur quant à l'utilisation des systèmes de paiement en ligne au Canada.

N.B. Pour une définition des termes « code de conduite » et « engagement public », voir l'annexe A (Glossaire).

Annexe C

PRINCIPAUX CODES DE CONDUITE ET ENGAGEMENTS PUBLICS SOUS LA SURVEILLANCE DE L'ACFC

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des banquiers canadiens (ABC) pour les activités d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques à l'intention des employés des succursales, qui sont chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et accident personnel. Il traite de la formation, des renseignements à fournir, des pratiques de promotion, de la protection de la vie privée des clients et des recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Codes de conduite sur les relations des banques avec les petites et moyennes entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous les codes comprennent les éléments clés du modèle de code de conduite de l'ABC, dans lequel sont énoncées les normes minimales à respecter pour les banques qui traitent avec les PME.

Code de pratique canadien des services de cartes de débit (code relatif aux cartes de débit)
Ce code décrit les pratiques du secteur et les responsabilités des consommateurs et du secteur. Il a pour objectif de protéger les consommateurs canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les consommateurs et les gouvernements du Canada appelés à élaborer un cadre de protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont officiellement engagées à protéger les consommateurs contre l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces engagements traitent de la responsabilité des consommateurs en ce qui concerne les opérations frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières canadiennes se sont engagées à offrir des comptes qui respectent les lignes directrices établies par le gouvernement fédéral pour faire en sorte que les Canadiens aient accès à des services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés en un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des banques à accroître la clarté des documents hypothécaires résidentiels.

Engagement relatif au droit d'annuler l'achat d'un contrat de dépôt indiciel effectué par téléphone
Dans l'intérêt des consommateurs ayant acheté un contrat de dépôt indiciel par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant l'achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Titre des règlements	État	N° de référence
Règlement sur l'accès aux services bancaires de base	en vigueur	DORS/2003-184
Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques)	en vigueur	DORS/2002-39
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-370
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-371
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-372
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail)	en vigueur	DORS/2001-373
Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-375
Règlement sur le colit d'emprunt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2002-262
Règlement sur le colit d'emprunt (banques)	en vigueur	DORS/2001-101
Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes)	en vigueur	DORS/2001-102
Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères)	en vigueur	DORS/2001-103
Règlement sur le colit d'emprunt (associations de détail)	en vigueur	DORS/2002-263
Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-104
Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/99-278
Règlement sur la communication des frais (banques)	en vigueur	DORS/92-324
Règlement sur la communication des frais (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-297
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/1999-272
Règlement sur la communication de l'intérêt (banques)	modifié par	DORS/2001-468
Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail)	en vigueur	DORS/1992-321
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2003-298
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/1992-322
Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt)	modifié par	DORS/2001-470
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées)	en vigueur	DORS/2001-471
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques)	en vigueur	DORS/2001-472
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail)	en vigueur	DORS/2003-299
Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2001-473
Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2001-474
Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada)	en vigueur	DORS/2002-101
Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs	en vigueur	DORS/2002-102
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques)	en vigueur	DORS/2002-104
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (modifié par)	en vigueur	DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (en vigueur)	en vigueur	DORS/2002-105
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit)	modifié par	DORS/2003-70
Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-106
Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés	modifié par	DORS/99-388
Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt)	en vigueur	DORS/2002-133

Dispositions visant les consommateurs surveillées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties (suite)

Questions connexes						
Banques		Sociétés de fiducie et d'assurances		Associations de détail		
Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics du secteur (par exemple les codes relatifs aux cartes de débit ou aux petites et moyennes entreprises)	X	X	X	X	X	X
Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature	X	X	X	X	X	X
Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin	X	X	X	X	X	X
Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport	X	X	X	X	X	X
Capacité à conclure des ententes de conformité	X	X	X	X	X	X
Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC	X	X	X	X	X	X
Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives	X	X	X	X	X	X

Dispositions visant les consommateurs surveillées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties (suite)

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement de Canada d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation	X			
Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail	X	X		X
Obligation de chaque institution dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus de déposer une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	X	X	X	
Obligation des institutions de se doter de procédures de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC	X	X	X	X
Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes		X	X	X
Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition	X			
Obligation des institutions de fournir de l'information aux consommateurs, conformément à la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indiciels et les politiques concernant la retenue sur les chèques)	X	X	X	X
Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation	X	X	X	X
Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs	X	X	X	X

Suite du tableau à la page suivante

Annexe B

DISPOSITIONS ET RÉGLEMENTS VISANT LES CONSOMMATEURS

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Dispositions visant les consommateurs surveillées par l'ACFC, et les institutions qui y sont assujetties

Type de disposition visant les consommateurs	Banques	Sociétés de fiducie et de prêt	Sociétés d'assurances	Associations de détail
Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt	X	X		X
Obligation de divulguer le coût d'emprunt	X	X	X	X
Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur)	X	X	X	X
Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail	X			
Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC	X			
Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur)	X			
N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement.				
Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone, 14 jours après l'ouverture du compte	X	X		X
Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques du gouvernement du Canada	X	X		X

Suite du tableau à la page suivante

Question abordée à l'échelle du secteur

Question de conformité considérée comme une question intéressant l'ensemble du secteur. L'institution convient d'apporter des changements pour renforcer la conformité.

Question abordée dans une entente de conformité
L'institution financière sous réglementation fédérale convient de conclure une entente sur une question de conformité donnée.

Question autre qu'une question de conformité
On peut établir qu'un cas ne se rapporte pas à une question de conformité dans trois circonstances :

- La disposition visant les consommateurs, le code de conduite volontaire ou l'engagement public existait avant la création de l'ACFC

(le 24 octobre 2001) ou l'entrée en vigueur du *Règlement sur les violations désignées* (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

- (le 28 février 2002).
Le type d'accord de prêt ne relève pas du *Règlement sur le coût d'emprunt*.

- Même si au départ on pensait qu'il s'agissait d'une question de conformité, l'enquête a révélé que le cas ne se rapporte pas à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite volontaire ou un engagement public.

Question autre qu'une question de fond

Question qui semble être une violation, mais qui consiste en un incident mineur ou isolé, ou n'a que très peu de répercussions sur les consommateurs. Aucune violation n'est versée au dossier de l'institution financière.

Responsabilité zéro

En cas d'utilisation non autorisée d'une carte de crédit, le détenteur de la carte n'est pas tenu responsable. La protection peut couvrir des achats effectués dans un magasin, par téléphone ou en ligne.

Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur ayant déposé la plainte l'a retirée ou n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour recueillir les faits nécessaires à la poursuite de l'enquête.

Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer après avoir établi qu'une violation a été commise. Le montant de la sanction peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur, la gravité du tort causé, et les antécédents de l'auteur.

Ventes liées avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des mesures coercitives ou à des pressions injustifiées pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du *Règlement sur les violations désignées* (Agence de la consommation en matière financière du Canada).

Dossier fermé

Cas de conformité dont le dossier a été fermé entre le 1^{er} avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC entre le 1^{er} avril et le 31 mars de l'année visée par le rapport.

Engagement public

Engagement adopté par une institution financière et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale afin de s'assurer qu'elles respectent leurs engagements publics.

Entente de conformité

Entente conclue entre le commissaire et la haute direction d'une institution financière, qui précise les mesures correctives à prendre pour renforcer la conformité aux dispositions visant les consommateurs et fixe un délai pour la mise en œuvre des mesures. Une entente de conformité peut comprendre des plans d'action.

Examen

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme aux dispositions visant les consommateurs, ainsi qu'à son code de conduite ou à son engagement public. L'ACFC communique les résultats de ce genre d'examen au ministre des Finances.

Mesures de conformité

Série de mesures que le commissaire peut mettre en œuvre lorsqu'il est établi qu'une institution a violé une disposition visant les consommateurs. Les mesures de conformité sont déterminées en fonction de chaque cas. Elles peuvent inclure des poursuites, amorcées au moyen d'un procès-verbal de violation, et s'accompagner d'une sanction administrative pécuniaire.

Plainte

Mécontentement exprimé verbalement ou par écrit par un consommateur relativement à un domaine d'activité d'une institution financière.

Plainte à signaler

Plainte relative à une disposition visant les consommateurs, portée à l'échelon « à signaler » du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Le cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada. Les institutions financières doivent remettre une copie de leurs procédures de traitement des plaintes à l'ACFC.

Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'il y a des motifs raisonnables de croire qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant proposé de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Après avoir dressé un procès-verbal de violation et reçu les observations de l'institution en cause, le commissaire détermine, selon la prépondérance des probabilités, la mesure dans laquelle l'institution financière a commis la violation et, le cas échéant, dresse un avis de décision. L'avis de décision décrit la sanction administrative pécuniaire imposée. Le commissaire peut aussi rendre publique la violation.

Annexe A GLOSSAIRE

Cadre de conformité
Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions législatives visant les consommateurs et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

Code de conduite
Code adopté par une institution financière ou une association du secteur et rendu public (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille les institutions financières sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles respectent leurs codes de conduite volontaires.

Constat de conformité
Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes à la loi, au code de conduite volontaire de l'institution ou à l'engagement public qui dicte de telles mesures.

Constat de non-conformité
À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que les mesures prises par une institution financière donnée ne sont pas conformes à la loi, ou aux conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Constat de non-violation
Après avoir fait enquête sur une plainte, l'ACFC constate que les mesures prises par l'institution financière en cause sont conformes aux obligations liées aux dispositions visant les consommateurs.

Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité
Déclaration que chaque institution financière dont les capitaux propres se chiffrent à 1 milliard de dollars ou plus est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration fait état de la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

Disposition visant les consommateurs
Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Document déposé
Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances ou Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt).

Dossier
Dossier ouvert par la Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC relativement à une question de conformité visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

Dossier en suspens
Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête de l'ACFC au 31 mars de l'année visée par le rapport.

Annexes



8. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des ententes de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements de location minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux.

Exercice se terminant le 31 mars			
	Ententes de services	Location-exploitation	Total
2007	743 202 \$	447 593 \$	1 190 795 \$
2008	385 702	447 593	833 295
2009	397 606	447 593	845 199
2010	410 107	—	410 107
2011	423 234	—	423 234
Total	2 359 851 \$	1 342 779 \$	3 702 630 \$

9. Sanctions administratives pécuniaires

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi figurant à l'annexe 1 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas mis à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, les sanctions n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose au secteur pour financer ses coûts de fonctionnement.

L'ACFC a perçu 35 000 \$ (80 000 \$ en 2005) de sanctions administratives pécuniaires au cours de l'exercice 2005-2006.

10. Chiffres correspondants

Certains chiffres correspondants de 2005 ont été reclassés conformément à la présentation adoptée en 2006.

7. Opérations entre apparentés

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des ententes touchant la prestation de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les partenaires suivants :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre apparentés de l'Agence pour l'exercice sur les charges totales et les montants dus à (à recevoir de) ces apparentés, à la fin de l'exercice. Ces opérations sont évaluées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les apparentés.

2006		2005	
Apparentés et nature du service fourni		Charges	
Somme à payer (à recevoir)		Somme à payer (à recevoir)	
TPSGC			
Locaux	479 479 \$	— \$	467 846 \$
Gestion et technologie de l'information	361 307	90 327	410 587
Services de traduction	109 786	11 820	145 976
Autres services	—	—	27 202
Conseil du Trésor			
Avantages sociaux	760 856	27 573	680 841
SADC — Services professionnels	448 889	93 205	395 847
Gestion du centre d'appels			155 589
BSIF — Services professionnels			
Services financiers	115 500	—	110 000
Services en ressources humaines	140 883	40 000	95 819
Services de vérification interne	36 600	—	47 000
Services de recherche	18 801	—	17 938
Ministère des Finances			
Intérêt sur emprunt du Trésor	111 820	—	97 103
	311 784	40 000	270 757
			47 895
			3 253
Total	2 583 921 \$	262 925 \$	2 496 159 \$
			698 329 \$

6. Avantages sociaux futurs (suite)

- b) Indemnités de départ
- Les données relatives au régime d'indemnités de départ de l'ACFC sont présentées dans le tableau qui suit.

2006	2005
Obligation au titre des indemnités constituées,	Obligation au titre des indemnités constituées,
début de l'exercice	début de l'exercice
274 445 \$	274 445 \$
Coût des services rendus	Coût des services rendus
39 213	31 543
Intérêts débiteurs	Intérêts débiteurs
14 984	11 615
Indemnités versées	Indemnités versées
(3 951)	—
Perte actuarielle	Perte actuarielle
33 737	55 070
Obligation au titre des indemnités constituées,	Obligation au titre des indemnités constituées,
fin de l'exercice ¹	fin de l'exercice ¹
358 428	274 445
Perte actuarielle nette non amortie	Perte actuarielle nette non amortie
(150 127)	(124 550)
208 301 \$	149 895 \$
Passif au titre des indemnités constituées	
Coût des services rendus	Coût des services rendus
39 213 \$	31 543 \$
Intérêts débiteurs	Intérêts débiteurs
14 984	11 615
Amortissement de la perte actuarielle nette ²	Amortissement de la perte actuarielle nette ²
8 160	4 672
62 357 \$	47 830 \$
Charge nette du régime d'indemnités	

¹ Le coût correspondant aux changements annuels apportés au passif au titre des indemnités constituées est recouvré au moyen des produits qui font l'objet de la note 2 afférente aux états financiers. Les montants perçus en sus des indemnités payées sont présentés dans l'état de la situation financière, au titre des liquidités disponibles.

² La période d'amortissement représente la durée d'activité moyenne résiduelle des employés en service.

Un taux d'actualisation de 4,25 % (5,13 % en 2005) a été utilisé pour établir l'obligation de l'Agence au titre des prestations constituées. Aux fins de l'évaluation du coût des services rendus et de l'obligation au titre des prestations constituées au 31 mars 2006, la meilleure estimation de la direction à l'égard de l'augmentation générale des salaires est une augmentation économique annuelle de 2,5 % pour l'année du régime 2007 (2,5 % en 2005 pour l'année du régime 2006). Par la suite, on prévoit une augmentation économique annuelle de 2,5 % (2,9 % en 2005). La durée d'activité moyenne résiduelle des employés en service couverts par le régime de retraite est de 13 ans (12 ans en 2005).

4. Immobilisations

Catégorie	Valeurs brutes comptables			Amortissement cumulé			Valeurs comptables nettes
	Solde d'ouverture	Ajouts	Solde de fermeture	Solde d'ouverture	Charge d'amortissement	Solde de fermeture	
2006	472 133 \$	15 327 \$	487 460 \$	194 541 \$	69 565 \$	264 106 \$	223 354 \$
2005	472 133 \$	—	382 843 \$	293 061 \$	89 782 \$	382 843 \$	—
Améliorations locatives	382 843	—	382 843	293 061	89 782	382 843	89 782
Logiciels	91 075	—	91 075	37 639	18 216	55 855	35 220
Matériel de bureau	51 662	7 266	58 928	33 470	12 173	45 643	13 285
Matériel informatique	10 643	2 972	13 615	8 813	1 163	9 976	3 639
Total	1 008 356 \$	25 565 \$	1 033 921 \$	567 524 \$	190 899 \$	758 423 \$	275 498 \$
							440 832 \$

5. Emprunt

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen d'avances de fonds provenant du Trésor. Il n'y avait aucune avance de fonds au 31 mars 2006. Les conditions de l'accord de prêt pour l'exercice précédent étaient les suivantes :

	Principal	Date d'échéance	Taux d'intérêt
2006	—	—	—
2005	1 500 000 \$	4 mars 2006	2,89 %

6. Avantages sociaux futurs

a) Prestations de retraite

L'ACFC et tous les employés admissibles cotisent au Régime de retraite de la fonction publique. Ce régime prévoit des prestations en fonction du nombre d'années de service et de la rémunération moyenne à la retraite. Les prestations sont pleinement indexées conformément aux augmentations de l'indice des prix à la consommation. Les cotisations patronales estimatives versées durant l'exercice au Régime de retraite de la fonction publique s'élevaient à 393 058 \$ (348 678 \$ en 2005).

2. Résumé des principales conventions comptables (suite)

iii) Autres avantages futurs

Le gouvernement fédéral parraine divers autres régimes d'avantages futurs dont les employés actuellement en poste et les anciens employés peuvent bénéficier pendant leur emploi ou après avoir pris leur retraite. Le Régime de soins de santé de la fonction publique et le Régime de services dentaires pour les pensionnés sont les deux grands régimes dont les employés et les retraités de l'ACFC peuvent se prévaloir. Pour ces deux régimes également, la responsabilité de l'ACFC se limite au versement de ses cotisations.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne possède pas son propre compte bancaire. Toutes les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un mécanisme bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon la méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations	Période d'amortissement
Mobilier et accessoires	7 ans
Améliorations locatives	moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail
Logiciels	5 ans
Matériel de bureau	4 ans
Matériel informatique	3 ans

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés de l'actif, du passif, des produits et des charges inscrits dans les états financiers. Au moment de la préparation des états financiers, la direction est d'avis que les estimations et les hypothèses sont raisonnables. Les éléments les plus importants pour lesquels on utilise des estimations et des hypothèses sont les coûts des indemnités et le passif global au titre des indemnités de départ.

2. Résumé des principales conventions comptables (suite)

- b) Comptabilisation des produits
- L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses coûts de fonctionnement, y compris le coût des avantages sociaux futurs. L'ACFC rapproche ses produits de ses coûts de fonctionnement. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre des produits reportés sur l'état de la situation financière.
- Les cotisations à verser sont établies chaque année d'après une estimation des coûts de fonctionnement de l'exercice en cours et compte tenu d'un ajustement pour tout écart entre les coûts évalués pour l'exercice précédent et les coûts réels. Le processus de cotisation se déroule avant le 31 décembre de chaque année, conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts de fonctionnement.
- c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC participent au Régime de retraite de la fonction publique, parainé et géré par le gouvernement du Canada. Ils peuvent également toucher des prestations de retraite supplémentaires conformément à la *Loi sur les régimes de retraite particuliers*. Les prestations de retraite s'accumulent sur une période maximale de 35 ans, au taux de 2 p. 100 par an du service ouvrant droit à pension, multiplié par la moyenne des cinq meilleures années salariales consécutives. Les prestations sont intégrées à celles du Régime de pensions du Canada et du Régime de rentes du Québec, et elles sont indexées à l'inflation.

Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. La responsabilité de l'ACFC à l'égard du Régime se limite au versement de ses cotisations. Les excédents ou les déficits actuariels sont constatés dans les états financiers du gouvernement du Canada, à titre de parrain du Régime.

ii) Indemnités de départ

Dans le cadre d'un régime d'indemnités de départ, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines indemnités conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des indemnités s'accumule au fur et à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit aux indemnités de départ. Ces indemnités sont la seule obligation de l'ACFC qui l'amène à effectuer des paiements ultérieurs.

Le coût des indemnités de départ est établi par calcul actuariel le 31 mars de chaque année, à l'aide de la méthode de répartition des indemnités au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles, qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés. L'excédent de tout gain actuariel net (toute perte actuarielle nette) supérieure à 10 % de l'obligation au titre des indemnités est amorti sur le nombre moyen d'années de service qu'il reste aux employés actifs à accomplir.

Notes afférentes aux états financiers

Exercice terminé le 31 mars 2006

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (la Loi) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la Loi sur la gestion des finances publiques.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et il consiste en ce qui suit :

- a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c) **surveiller** la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients, et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;
- d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;
- e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la Loi prévoit que le secteur finance les coûts de fonctionnement de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale entièrement financées de cette façon. Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières* (*Agence de la consommation en matière financière du Canada*), qui énonce la méthode servant à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la Loi.

2. Résumé des principales conventions comptables

- a) **Présentation**
 - Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars

Note 2006 2005

FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS

D'EXPLOITATION

Encaissements provenant des institutions financières	7 912 343 \$	7 432 983 \$
Décaissements destinés aux fournisseurs et aux employés	(7 881 607)	(5 937 410)
Intérêts payés	(160 315)	(121 129)
Sanctions administratives pécuniaires		
non disponibles versées au Trésor	(35 000)	(80 000)
Liquidités (affectées aux) générées par les activités d'exploitation	(164 579)	1 294 444

ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

Acquisition d'immobilisations	4	(25 565)	(49 800)
Liquidités affectées aux activités d'investissement		(25 565)	(49 800)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT			
Nouveaux emprunts		4 500 000	6 000 000
Remboursements		(6 000 000)	(6 000 000)
Liquidités affectées aux activités de financement		(1 500 000)	—

AUGMENTATION (DIMINUTION) NETTE DES LIQUIDITÉS DISPONIBLES

LIQUIDITÉS DISPONIBLES AU DÉBUT DE L'EXERCICE	3 247 346	2 002 702
LIQUIDITÉS DISPONIBLES À LA FIN DE L'EXERCICE	1 557 202 \$	3 247 346 \$

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

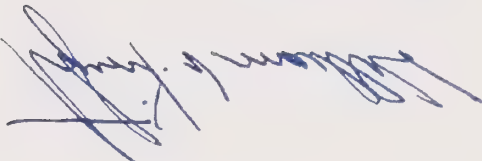
ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

31 mars

2005	2006	Note
ACTIFS		
À court terme		
Liquidités disponibles	1 557 202 \$	
Cotisations à recevoir	61 896	
Autres actifs	136 079	
Immobilisations	275 498	4
TOTAL DES ACTIFS	2 030 675 \$	
3 814 188 \$		
PASSIFS		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer	974 406 \$	
Produits reportés	847 968	5
Emprunt	—	
Avantage sociaux futurs	208 301	6.b
Total des passifs	2 030 675	
3 814 188		
Avoir du Canada	—	
TOTAL DES PASSIFS ET DE L'AVOIR DU CANADA	2 030 675 \$	
3 814 188 \$		8
Engagements		

Approuvé par :

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight



RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2006 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation de l'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2006 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada,

Michael A. Pickup, CA
directeur principal

Ottawa, Canada
Le 19 mai 2006

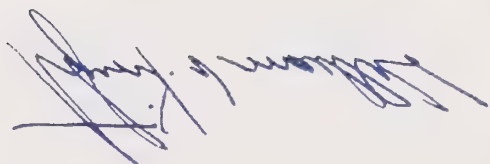
Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la concordance avec toutes les autres informations figurant dans le présent rapport annuel.

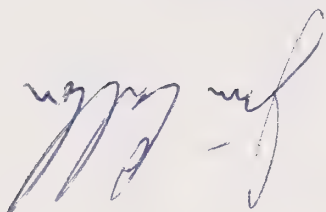
Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisme, et que les opérations sont effectuées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

La vérificatrice générale du Canada, qui est le vérificateur indépendant du gouvernement du Canada, a vérifié les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, et Le commissaire adjoint de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight



Jim Callon

Ottawa, Canada
Le 19 mai 2006

Points saillants

Nous continuons à conclure des accords de services communs avec les organismes suivants :

- le Bureau du surintendant des institutions financières pour la gestion des ressources humaines et financières, les services de vérification interne et les services de recherche; la Société d'assurance-dépôts du Canada pour un centre d'appels conjoint;
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour de l'aide en matière de technologie de l'information.

La formation de partenariats stratégiques peut être considérée comme une pratique exemplaire au sens où elle apporte la souplesse requise pour gérer un programme en évolution et réduit l'inefficacité.

Le Bureau du vérificateur général du Canada vérifie chaque année les états financiers de l'ACFC.

De plus, les travaux de mise au point d'un programme de vérification interne se poursuivent. En 2005-2006, nous avons dressé le profil de risque de l'Agence, que nous avons utilisé par la suite pour évaluer et établir les priorités en matière de vérification, ce qui nous a permis d'élaborer un plan de vérification interne plurianuel. Le Comité de vérification, mis sur pied en 2004-2005, a approuvé le plan.

En 2005-2006, nous avons mené notre deuxième vérification interne, qui a porté sur les marchés et les services d'approvisionnement. Les résultats de l'évaluation ont été affichés dans le site Web de l'ACFC au début de 2006-2007.

La direction de l'Agence est déterminée à offrir un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens. En outre, elle appuie toujours sans réserve les principes de la fonction de contrôleur moderne et s'efforce de les mettre à exécution.

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est une institution fédérale financée par les cotisations que versent les institutions financières sous réglementation fédérale. Les cotisations des banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs au respect desquelles veille l'Agence s'appliquent à elles et à leurs produits financiers.

Pour 2005-2006, le budget avait été initialement établi à 8,1 millions de dollars, à la fin de l'exercice, les dépenses totales se chiffraient à 7,3 millions de dollars. L'excédent approximatif de 800 000 \$ se composait d'un fonds pour éventualités de 200 000 \$ intégré au budget annuel, qu'il n'a pas été nécessaire d'utiliser. Des excédents ont été enregistrés notamment pour les postes de dépenses liés aux ressources humaines et aux coûts administratifs généraux (par exemple la traduction, les services professionnels et les intérêts).

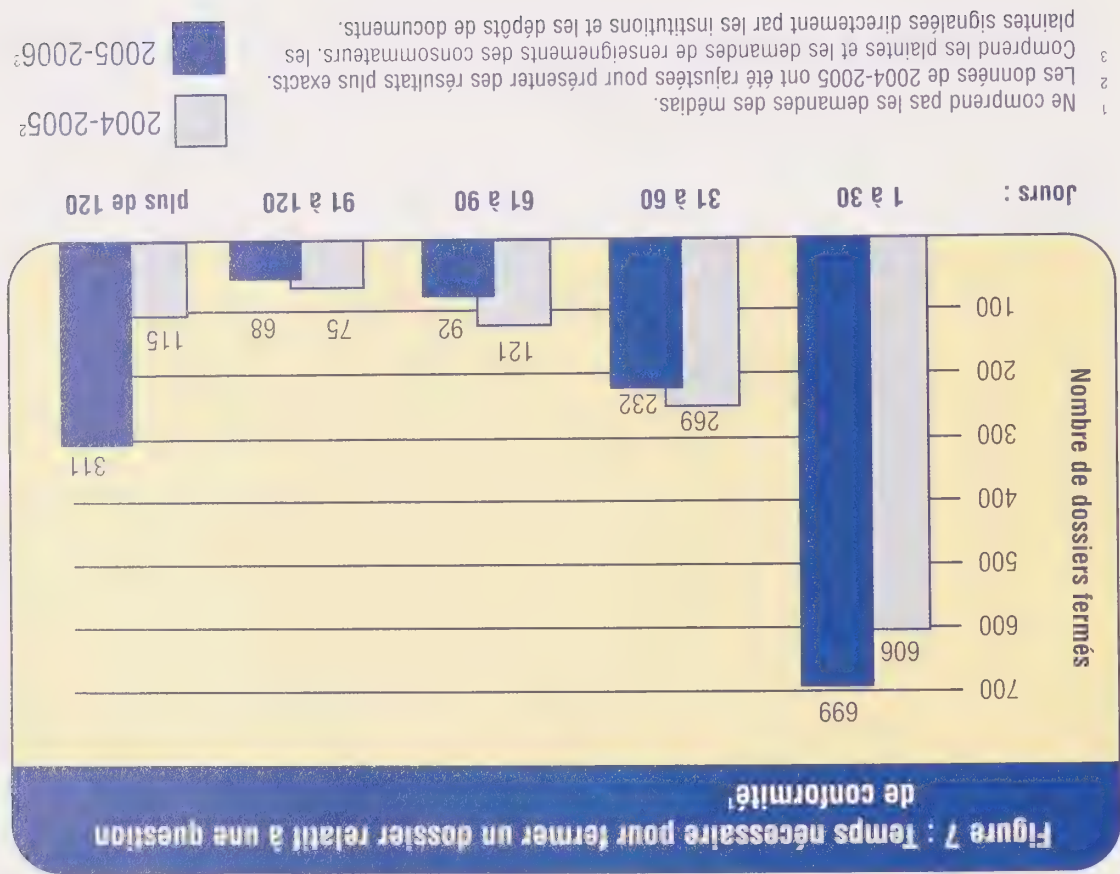
Au lieu de financer d'importantes campagnes de sensibilisation du public, qui pourraient n'apporter que des résultats à court terme, l'Agence a mené un plus grand nombre d'initiatives soigneusement ciblées. Elle a entre autres distribué de l'information en joignant des encarts aux chèques du gouvernement du Canada. Elle a également participé à des événements qui attirent de vastes publics, comme le Pavillon itinérant du Canada. Elle a ainsi veillé à mieux faire connaître au public les services que le gouvernement fédéral offre aux consommateurs en matière financière.

Depuis sa création, l'Agence met l'accent sur l'exécution du programme prévu par la loi, comme le veut le principe de gestion qui la guide. Dans la mesure du possible, nous avons donc opté pour la formule des services communs ou partagés, pour ce qui est des services ministériels génériques.

États financiers



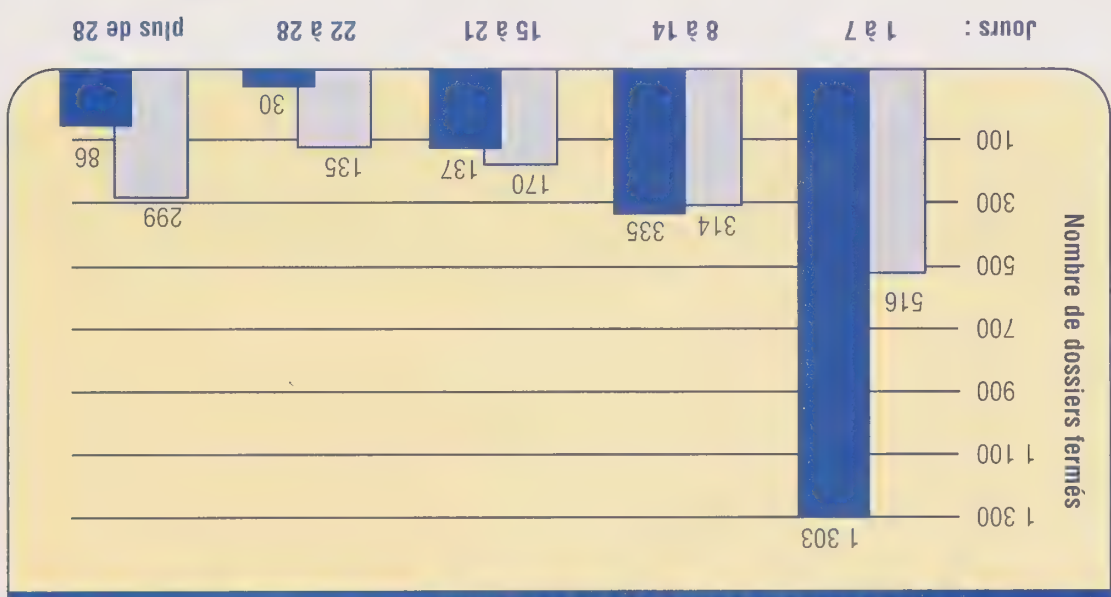
La Direction de la conformité et de l'application traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la figure 7, la Direction a continué de traiter les cas de conformité sans tarder. Ainsi, 51 p. 100 des dossiers ont été fermés dans un délai de 30 jours ouvrables. Deux tiers des dossiers ont été fermés dans un délai de 60 jours ouvrables.



Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres que les consommateurs adressent à l'ACFC. En 2005-2006, l'Unité a répondu à 86,5 p. 100 de l'ensemble des communications reçues dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception, comparativement à 58 p. 100 l'année précédente. La figure 6 donne d'autres renseignements à ce sujet.

Figure 6 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité¹



¹ Comprend les appels téléphoniques exigeant une réponse par écrit. Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.
² Les données de 2004-2005 ont été rajustées pour présenter des résultats plus exacts.

Lorsque les consommateurs demandent de l'information, les agents de l'Unité de la correspondance les invitent souvent à consulter les publications de l'ACFC (notamment *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*) et ses outils interactifs (y compris l'outil interactif sur les cartes de crédit).

Rendement de l'ACFC

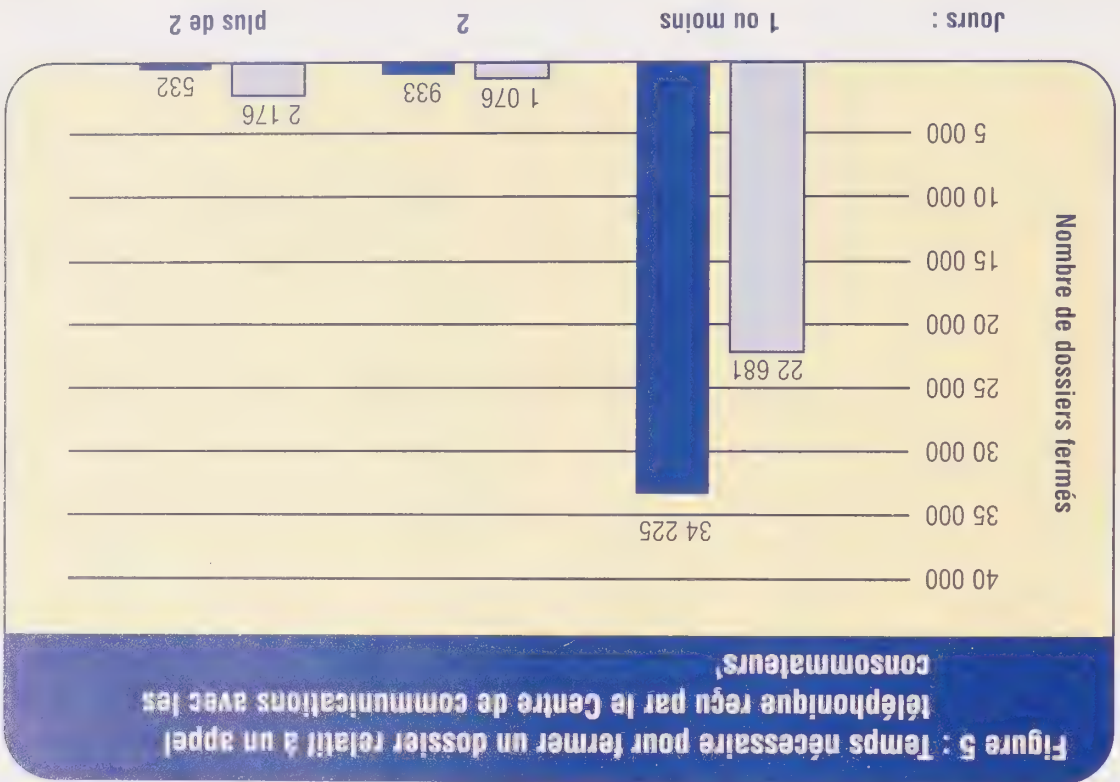
L'ACFC publie de l'information détaillée sur son rendement dans son *Rapport annuel d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement*. Ce rapport est affiché dans le site Web de l'Agence et il est également offert en version imprimée.

RENDEMENT EN MATIÈRE DE SERVICES AUX CONSOMMATEURS

L'ACFC assure le suivi statistique de son rendement en matière de service dans trois principaux secteurs d'activité : le Centre de communications avec les consommateurs, l'Unité de la correspondance et la Direction de la conformité et de l'application.

Centre de communications avec les consommateurs

En 2005-2006, le Centre de communications avec les consommateurs a traité 35 690 appels téléphoniques, soit une augmentation de 37,6 p. 100 par rapport à l'année précédente. Pour la majorité des demandeurs, le temps d'attente moyen était de 16,2 secondes. Près de 96 p. 100 des demandes de renseignements téléphoniques reçues par le Centre de communications avec les consommateurs ont été traitées le jour même. Pour des détails, voir la figure 5.



¹ Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.
² Les données de 2004-2005 ont été rajustées pour présenter des résultats plus exacts.

En 2005-2006, nous avons effectué une étude dans le cadre de laquelle nous avons interrogé des représentants de plusieurs organisations nationales et internationales au sujet de leurs normes de service. Cela visait à établir des points de référence que l'ACFC pourrait utiliser afin d'améliorer et de reconformer certaines de ses normes de rendement actuelles.

Par ailleurs, nous avons entrepris d'examiner nos procédés et procédures, en particulier ceux du Centre de communications avec les consommateurs et de l'Unité de la correspondance de l'Agence. Ce faisant, nous voulions nous assurer de continuer à respecter nos normes de rendement en matière de services aux consommateurs en traitant les demandes d'information dans des délais convenables.

2) Ressources humaines

En 2005-2006, nous avons mis en place un mécanisme servant à la planification des ressources humaines. Ce mécanisme nous aide à analyser les répercussions de questions tels les postes essentiels, les retraites prévues, les compétences fondamentales, les besoins en matière de formation et les possibilités de perfectionnement. Suite à l'évaluation effectuée par la haute direction, nous avons complété le plan de dotation de l'Agence pour 2006-2007.

Au cours de l'année, nous avons de nouveau mené notre sondage annuel auprès des employés. Les résultats ont été analysés afin de mieux comprendre la façon dont les employés perçoivent diverses questions organisationnelles et déterminer leur niveau de satisfaction quant à ces questions.

Afin de renforcer la responsabilisation et d'amener le personnel à mieux comprendre les domaines de responsabilité de l'ACFC, nous avons maintenu notre approche axée sur le risque pour évaluer et actualiser les politiques, les procédés et les procédures clés de l'Agence.

4) Gérance rigoureuse

En 2005-2006, nous avons complété le profil de risque de l'organisation pour l'ACFC. Nous avons également mis au point la matrice des risques liés aux processus administratifs de l'ACFC, ce qui nous permet de nous assurer que toutes les catégories de risque importantes ont été définies et que les autoévaluations d'incidence et de contrôle nécessaires ont été effectuées.

Notre plan d'activités 2005-2007 prévoit plusieurs initiatives qui aideront à atténuer les risques décelés grâce au profil de risque de l'organisation.

3) Gestion intégrée du risque

Nous avons également continué à surveiller l'engagement du personnel à l'égard des valeurs organisationnelles de l'ACFC établies précédemment. Notre sondage annuel auprès des employés a entre autres été utile à cette fin.

Nous continuons de collaborer avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour la prestation de services de vérification interne et avec le Bureau du vérificateur général du Canada pour la vérification annuelle des états financiers de l'Agence. Dans le cadre de notre programme de vérification, nous avons mené notre deuxième évaluation interne en 2005-2006. Celle-ci était axée sur des questions liées à l'impartition des marchés et à l'approvisionnement. De plus, nous avons finalisé notre plan de vérification pluriannuel. Toutes les vérifications et les documents s'y rapportant ont été présentés au Comité de vérification de l'ACFC, qui a été établi en 2004-2005.

Dans d'autres domaines de la gérance, nous avons continué de rendre compte à la haute direction de l'évolution et de l'incidence des programmes de l'ACFC pour assurer l'efficacité et faciliter la prise de décisions.

La Direction des services administratifs fournit à l'ACFC des services dans les domaines suivants : gestion des marchés relatifs aux ressources humaines, gestion financière, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, des installations et des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour des services en matière de technologie et de communication.

GESTION MODERNE

À l'issue d'une évaluation indépendante de la capacité de la fonction de contrôle menée en 2003-2004, l'ACFC a dressé un plan d'action décrivant les activités, les domaines de responsabilité, les délais d'exécution et le mécanisme de surveillance qui lui permettraient d'améliorer ses procédés de gestion. Nous avons ensuite examiné minutieusement les possibilités qui s'offraient à nous, compte tenu du mandat de l'ACFC, de sa taille, de ses ressources financières et de son stade de développement. Une fois l'analyse terminée, nous

Direction des services juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de ce ministère fait partie de la structure de gestion de l'ACFC et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects du mandat et des activités de l'ACFC.

1) Information intégrée sur le rendement

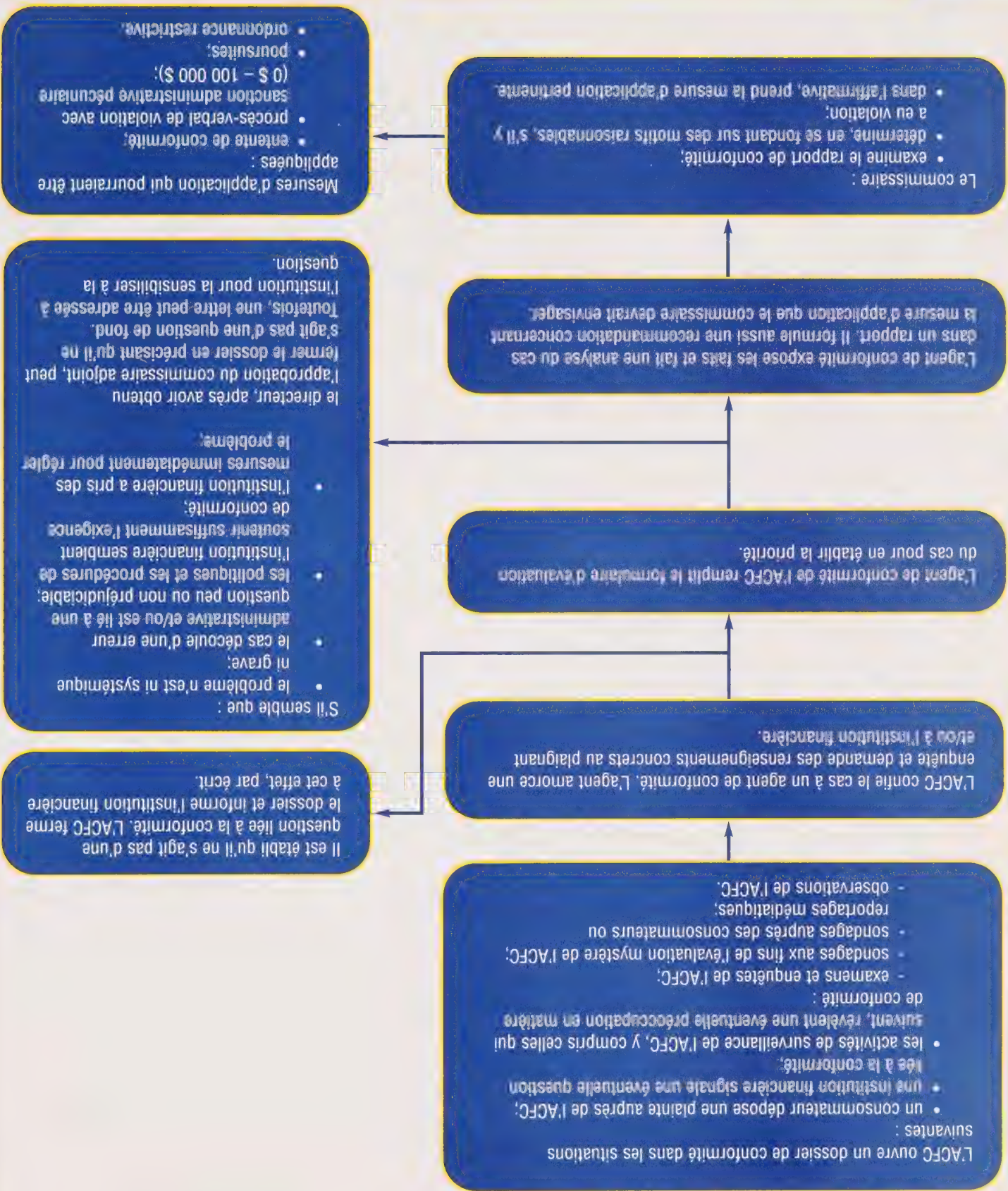
avons continué à effectuer des améliorations dans les quatre domaines qui suivent.

- un « modèle logique » décrivant le programme de l'ACFC du point de vue des activités planifiées, des produits connexes et des résultats escomptés;
 - une stratégie d'évaluation présentant les problèmes, les questions et les données liés à l'évaluation;
 - une stratégie en matière de rapport.
- Comme on le précise dans notre rapport annuel de 2004-2005, l'ACFC s'est dotée d'un cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats (CCRR), qui prévoit :

Les indicateurs de rendement et la méthode utilisés dans la stratégie d'évaluation et le plan d'évaluation axé sur le risque de l'ACFC s'appuient sur les données tirées de notre mesure du rendement approfondie et permanente. En 2005-2006, nous avons continué d'améliorer nos systèmes de saisie et de suivi des données pour faire en sorte que l'information requise au titre du CGRR soit recueillie et utilisée de la façon la plus efficace et efficiente possible en vue de l'établissement de rapports et de la prise de décisions. Au cours de l'exercice, nous avons publié notre premier *Rapport annuel d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement*.

Nous avons également adopté un cadre de mesure du rendement pour guider les projets de l'ACFC et nous sommes en voie de le mettre en œuvre. Il nous permettra de veiller à ce que nos activités soient conformes aux buts stratégiques de l'ACFC et facilitent leur atteinte.

En 2005-2006, nous avons publié notre premier Rapport annuel d'évaluation de la gestion des programmes et du rendement. Nous avons également adopté un cadre de mesure du rendement pour guider les projets de l'ACFC.



Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B (voir page 68). Elles s'appliquent aux activités suivantes :

- l'ouverture de comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;
- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds déposés par chèque;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
- la divulgation de renseignements sur les frais et les intérêts des comptes;
- la préparation des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité;
- l'établissement de procédures de traitement des plaintes;
- la divulgation du coût d'emprunt.

La Direction surveille également la conformité aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics mis en place par les institutions financières ou les associations d'institutions pour protéger les consommateurs. Les codes portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations entretenues avec les petites entreprises en matière de crédit.

En outre, la Direction de la conformité et de l'application assume les responsabilités suivantes :

- faire enquête sur les plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter, et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances;
- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la mise en œuvre des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- promouvoir une culture de la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons l'évaluation mystère, les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens spéciaux des institutions financières sous réglementation fédérale, ainsi que les études effectuées par des tiers.

Pour veiller au respect des lois et des règlements, l'ACFC utilise des méthodes qui vont des mesures administratives à l'imposition d'amendes, ou à la publication de la nature d'une violation, du nom de son auteur et du montant de la sanction pécuniaire imposée. L'approche adoptée pour un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et l'ampleur du problème, la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

Pour remplir le mandat de l'ACFC visant le maintien de relations fructueuses avec le secteur des services financiers, le personnel de l'Agence rencontre régulièrement des représentants des institutions financières. Certaines réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme les activités de surveillance, les questions liées à la conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. L'objectif fondamental est de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la conformité aux règlements. Cette nouvelle culture de la conformité nécessite la collaboration sans réserve des institutions financières.

Activités de l'ACFC

RÔLES ET RESPONSABILITÉS OPÉRATIONNELS

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. Le premier commissaire, toujours en poste, est William G. Knight. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer un rapport chaque année au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances et rendre compte régulièrement au ministre des Finances et

- gérer les activités de l'ACFC, notamment l'ACFC;
- assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines; surveiller environ 424 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics; diversifier les initiatives lancées à l'échelle nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC) et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances et, à ce titre, il fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada exige que l'ACFC sensibilise les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages; diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;
- traiter la correspondance avec les consommateurs et exploiter un centre d'appels (conjointement avec la SADC).

Direction de la conformité et de l'application

La Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la Loi sur les banques, de la Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, de la Loi sur les sociétés d'assurances et de la Loi sur les associations coopératives de crédit.

Le **tableau 9** présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales en 2004-2005 et en 2005-2006. Le nombre de plaintes visant les fermetures de succursales a été nettement moins élevé en 2005-2006 qu'en 2004-2005.

Tableau 9 : Questions relatives aux fermetures de succursales

	2004-2005	2005-2006
Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières ¹	143	109
Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ²	108	19
Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales		
Accordées	1	0
Refusées	1	0
Reçues	2	0
Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales ³		
Reçues	10	4
Retirées	4	2
Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées		
Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion	9	3
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion	2	0
Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion ⁴	6 ⁵	2

- 1 Nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition de succursale prescrite par règlement.
- 2 Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.
- 3 Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.
- 4 Les institutions décident souvent de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire l'exige officiellement.
- 5 Comprend toute demande visant la tenue d'une deuxième réunion, après une réunion dont la tenue a été exigée par le commissaire.

- 1 Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire) et l'annexe C (Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC).
 2 Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de la plainte.
 3 Après un examen plus poussé, il a été déterminé qu'il ne s'agissait pas d'un cas relatif à une question de conformité.

Tableau 8 : Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, 2005-2006						
engagements publics, selon le type de disposition, 2005-2006						
Question autre que la conformité ³						
Autre						
Non-respect						
Retrait ²						
Respect						
Respect						
Total						
111	8	25	7	1	152	
Engagements publics						
Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	6	1	2	0	9	
Entente sur les comptes à frais modiques	0	1	0	0	1	
Cartes de crédit — Généralités	1	0	0	0	1	
Cartes de crédit — Visa e-Promesse	2	0	0	0	2	
Cartes de crédit — Responsabilité zéro	53	1	6	3	64	
Interac en ligne	1	0	0	0	1	
Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	4	2	0	0	6	
Engagement relatif aux services non sollicités	2	0	2	0	4	
Codes de conduite						
Activités d'assurance autorisées	6	1	2	2	11	
Code relatif aux cartes de débit	31	2	12	2	47	
Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	5	0	1	0	6	

Le **tableau 8** indique comment l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2005-2006. En tout, 152 dossiers concernant ces cas ont été fermés. Les principales questions liées aux codes de conduite et aux engagements publics se rapportaient aux cartes de crédit (responsabilité zéro) et au code relatif aux cartes de débit.

Régie à l'échelle du secteur	Régie au moyen d'une entente de conformité?	Négligeable	Non-violation	Non lié à la conformité	Autre	Violation	Retrait	Refus	Nombre total de dossiers fermés
53	11	102	784	53	7	7	59	2	1 078
			1						1
		3	3						6
2			3						5
		2	3				1		6
		1	3	1			1		5
			1			1			3
			5				1		6
			9						9
4		2	59	4		2	1		72
			2				1		3
2			7						9
			2						2
3		4	11	1					19
			3						3
1		1	2	3			2		9
			1						1
			1						1
			6	2			1		9
		2	3		1				7
4		3	11				1		19
1			2	1					2
		2	1	2					4
6			7						3
4			6						10
			5						5
	1		8	1			5		15
		1	1						2
			1						2
			1						1
			1						1
			6	2			1		9
			1						1
		1	31	4					36
			7				2		9

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2005-2006 (suite)

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS	
Divulgarion des frais de service	Divulgarion de la politique de retenue sur les chèques
Divulgarion des taux d'intérêt dans la publicité	Divulgarion des taux d'intérêt — Généralités
Examens — Par IFF ³	Non-divulgarion de la façon de communiquer avec l'ACFC
Chèques du gouvernement du Canada	
Frais d'encaissement	Remise d'un avis de refus par écrit
Refus d'encaisser	
Dépôts indicieus	
Marges de crédit	
Divulgarion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgarion du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée
Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	Divulgarion concernant les services facultatifs
Généralités	Remise d'un relevé mensuel
Prêts	
Divulgarion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgarion du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti
Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	Divulgarion concernant les services facultatifs
Généralités	Remise d'un relevé annuel
Hypothèques	
Divulgarion des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	Divulgarion des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt
Divulgarion du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	Divulgarion du coût d'emprunt exprimé en taux annuel
Divulgarion de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	Divulgarion des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée
Divulgarion de l'information requise en cas de défaut de paiement	Divulgarion de l'information requise dans la publicité
Divulgarion concernant les services facultatifs	Généralités
Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	
Remise d'une déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	
Mise à la disposition du public de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	
Total	

1 Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).
 2 Les ententes de conformité incluent également des plans d'action moins formels.
 3 IFF : institution financière fédérale.

Tableau 7 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2005-2006

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS

Comptes

Publicité

Divulgation des frais et des services aux clients

Divulgation des frais à l'ouverture d'un compte

Divulgation des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul

Généralités

Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes

Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais

Remise d'un avis de refus par écrit

Refus d'ouvrir — Généralités

Refus d'ouvrir — Faillite

Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit

Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable

Fermetures de succursales

Généralités

Remise du préavis requis

Demande visant la tenue de réunions publiques

Ventes liées avec coercition

Affichage et accessibilité d'un avis d'interdiction de ventes liées avec coercition

Généralités

Procédures de traitement des plaintes

Etablissement de procédures de traitement des plaintes

Obligation des IFC³ d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends

Conformité des entités du groupe

Coût d'emprunt

Cartes de crédit

Divulgation en langage simple

Divulgation des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt ou à la convention de crédit

la convention de crédit

Divulgation des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit

Divulgation du coût d'emprunt lorsque la carte est attribuée

Divulgation des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la carte est attribuée

Divulgation de l'information requise sur les relevés mensuels

Divulgation de l'information requise sur les formulaires de demande

Divulgation du coût d'emprunt exprimé en taux annuel

Divulgation concernant les services facultatifs

Généralités

Remise d'un relevé mensuel

Le tableau 7 indique le nombre de dossiers fermés en 2005-2006 pour des cas se rapportant aux dispositions visant les consommateurs.

Pour une définition de ces termes, voir l'annexe A (Glossaire).
Les ententes de conformité incluent également des plans d'action moins formels, IFF : institution financière fédérale.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents¹ (suite)

DÉPÔT DE DOCUMENTS	Fermétures de succursales	Remise d'un préavis de fermeture temporaire ²	Remise de procédures de traitement des plaintes par les nouvelles institutions	Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité	Procédures de traitement des plaintes révisées ³	Sous-total	Total général pour 2005-2006
Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2004-2005	1	4	9	5	3	23	491
Dossiers concernant le dépôt de documents ouverts en 2005-2006	5	18	11	15	15	153	1 316
Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	0	20	9	15	15	155	1 385
						21	422

¹ Dans certains cas, la reclassification des dossiers a rendu nécessaire une mise au point des données pour 2004-2005. L'ACFC peut reclasser un dossier lorsque, après avoir mené une enquête plus poussée, elle constate que la plainte ou la demande de renseignements se rapporte plus directement à une question autre que celle initialement retenue.

² IFF : institution financière fédérale.

³ Le dépôt de ces documents n'est pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à en informer le commissaire.

Le **tableau 6** indique comment l'ACFC a réglé les cas de conformité pour lesquels des mesures ont été prises en 2005-2006. L'ACFC a fermé en 2005-2006 sept dossiers portant sur des cas de conformité à l'égard desquels le commissaire avait constaté des violations de lois fédérales. Outre ces sept cas, l'ACFC a fermé le dossier d'un cas où le commissaire avait constaté qu'une institution financière sous réglementation fédérale ne s'était pas conformée à un engagement public volontaire.

Tableau 6 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2005-2006

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS				Nombre de dossiers fermés avec violations établies		Décisions du commissaire
				Nombre de violations	Violations établies	
Cartes de crédit	Non-divulgence de l'information requise sur les relevés mensuels	1	1	1	1	1 avis de décision, pas de sanction administrative, pas de sanction administrative pécuniaire
	Non-divulgence de l'information concernant les services facultatifs	2	2	2	2	1 avis de décision, pas de sanction administrative pécuniaire
Prêts	Non-divulgence des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	1	1	1	1	1 lettre de réprimande
	Hypothèques	2	2	2	2	1 avis de décision ² et une sanction administrative pécuniaire (30 000 \$) ³
Total	Non-divulgence de l'information requise dans la publicité	1	1	1	1	1 avis de décision, pas de sanction administrative pécuniaire
	Non-divulgence de l'information requise dans le remboursement des prêts, les rabais et les frais	2	2	2	2	1 avis de décision, pas de sanction administrative pécuniaire

¹ Ce cas était déjà à l'étude quand l'ACFC a modifié ses procédures pour mettre fin à l'usage des lettres de réprimande.

² Le même avis de décision a été émis pour ces deux cas.

³ Parce qu'ils sont établis sous le régime de la comptabilité d'exercice, les états financiers de l'ACFC reflètent le montant total des sanctions administratives pécuniaires, soit 35 000 \$. Ce montant inclut une sanction additionnelle de 5 000 \$ imposée en 2005-2006 pour un cas dont le dossier n'était pas fermé à la fin de l'année.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents' (suite)

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS				Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005				Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006			
Hypothèques	Divulguation de l'information requise en cas de défaut de paiement	2	4	2	5	6	0	2	5	6	4
	Divulguation de l'information requise dans la publicité	2	1	2	3	3	0	0	5	3	0
	Divulguation concernant les services facultatifs	2	3	2	5	5	4	0	6	5	4
	Généralités	5	5	5	6	6	4	0	6	6	4
	Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque	0	9	0	5	5	4	0	5	5	4
	Remise de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	6	2	6	9	6	2	2	5	6	4
	Mise à la disposition du public de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0
	Sous-total	403	1 028	403	1 028	1 078	353	353	1 078	1 078	353
	Codes de conduite	5	10	5	10	11	4	4	11	11	4
	Activités d'assurance autorisées	21	51	21	51	47	25	25	47	47	25
	Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises	1	6	1	6	6	1	1	6	6	1
Sous-total				27	67	64	30	30	64	64	30
Engagements publics				2	10	9	3	3	9	9	3
DÉPÔT DE DOCUMENTS	Accessibilité des procédures de traitement des plaintes	2	10	2	10	9	3	3	9	9	3
	Entente sur les comptes à frais modiques	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2
	Cartes de crédit — Généralités	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Cartes de crédit — Visa e-Promesse	0	2	0	2	2	0	0	2	2	0
	Cartes de crédit — Responsabilité zéro	30	43	30	43	64	9	9	64	64	9
	Interac en ligne	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0
	Lignes directrices sur le transfert des régimes enregistrés	3	4	3	4	6	1	1	6	6	1
	Engagement relatif aux services non sollicités	1	5	1	5	4	2	2	4	4	2
	Sous-total	38	68	38	68	88	18	18	88	88	18
	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2004-2005	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers concernant le dépôt de documents en suspens à la fin de 2005-2006
Fermetures de succursales				4	74	74	4	4	74	74	0
	Remise d'un préavis de fermeture — Moins de 500 mètres	0	21	0	21	21	0	0	21	21	0
	Remise d'un préavis de fermeture — en magasin, les agences et les succursales	1	10	1	10	11	0	0	11	11	0

Suite du tableau à la page suivante

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents' (suite)

Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005
Dossiers ouverts en 2005-2006
Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS				
Marges de crédit	Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	5	10	10
	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque la marge de crédit est accordée	3	16	13
	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque la marge de crédit est accordée	2	2	3
	Divulgateur de l'information requise dans la publicité	0	2	0
	Divulgateur concernant les services facultatifs	3	1	4
	Généralités	1	3	2
	Remise d'un relevé mensuel	6	21	19
	Prêts			
	Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7	8	7
	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque le prêt est consenti	2	13	9
Hypothèques	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque le prêt est consenti	0	1	1
	Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	1	0	0
	Divulgateur concernant les services facultatifs	1	1	1
	Généralités	5	8	9
	Remise d'un relevé annuel	2	8	3
	Divulgateur en langage simple	0	1	0
	Divulgateur des changements apportés au coût d'emprunt ou à la convention de crédit	7	24	19
	Divulgateur des changements apportés aux frais autres que les frais d'intérêt	0	2	2
	Divulgateur du coût d'emprunt lorsque l'hypothèque est accordée	5	13	9
	Divulgateur du coût d'emprunt exprimé en taux annuel	2	1	3
	Divulgateur de l'information concernant le remboursement des prêts, les rabais et les frais	15	66	72
	Divulgateur des frais autres que les frais d'intérêt lorsque l'hypothèque est accordée	0	10	9

Suite du tableau à la page suivante

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents¹ (suite)

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS				
Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005	Dossiers ouverts en 2005-2006	Dossiers fermés en 2005-2006	Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006	Dossiers fermés en 2005-2006
1	0	9	1	0
Divulgarion en langage simple				
Divulgarion des changements apportés aux	4	9	13	0
trais autres que les frais d'intérêt				
Divulgarion des changements apportés au	4	30	29	5
coût d'emprunt ou à la convention de crédit				
Divulgarion du coût d'emprunt lorsque la carte	20	64	64	20
est attribuée				
Divulgarion des frais autres que les frais	22	30	44	8
d'intérêt lorsque la carte est attribuée				
Divulgarion de l'information requise sur les	4	8	9	3
relevés mensuels				
Divulgarion de l'information requise dans	1	2	0	3
la publicité				
Divulgarion de l'information requise sur les	7	12	13	6
formulaires de demande				
Divulgarion du coût d'emprunt exprimé en	3	3	3	3
taux annuel				
Divulgarion concernant les services facultatifs	12	42	49	5
Généralités	5	26	29	2
Remise d'un relevé mensuel	51	98	105	44
Divulgarion des frais de service	2	11	9	4
Divulgarion de la politique de retenue sur	10	37	36	11
les chèques				
Divulgarion des taux d'intérêt — Généralités	1	14	9	6
Divulgarion des taux d'intérêt dans la publicité	0	1	1	0
Examens — Par institution	1	1	1	1
Non-divulgarion de la façon de communiquer	0	3	1	2
avec l'ACFC				
Chèques du gouvernement du Canada				
Affichage et accessibilité de l'information				
concernant le Règlement sur l'accès aux	1	0	0	1
services bancaires de base				
Frais d'encaissement	0	3	2	1
Remise d'un avis de refus par écrit	2	2	2	2
Refus d'encaisser	5	18	15	8
Depôts indexés — Divulgarion de l'information	0	5	5	0
requise				

Suite du tableau à la page suivante

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents¹ (suite)

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS					Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005					Dossiers ouverts en 2005-2006					Dossiers en suspens 2005-2006					Dossiers fermés en 2005-2006																																																																																														
Comptes					4	7	9	2	Divulgation des taux d'intérêt applicables aux comptes et du mode de calcul					4	1	2	Divulgation de l'information requise sur l'avis de refus donné par écrit					1	0	2	Affichage et accessibilité de l'information concernant le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base					1	2	0	3	Généralités					0	4	1	3	Remise des conventions de compte et des procédures de traitement des plaintes					0	5	3	2	Remise d'un préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais					11	66	66	11	Remise d'un avis de refus par écrit					4	5	5	4	Refus d'ouvrir — Généralités					16	59	47	28	Refus d'ouvrir — Faillite					1	4	4	1	Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit					33	32	47	18	Refus d'ouvrir — Pas d'emploi					0	1	0	1	Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable					4	34	27	11
Fermetures de succursales					1	2	1	0	Généralités					1	1	2	0	Remise du préavis requis					1	1	2	0	Demande visant la tenue de réunions publiques					0	2	4	0	Ventures liées avec coercition					1	3	1	3	Affichage et accessibilité de l'avis d'interdiction de ventes liées avec coercition					1	1	21	4	Généralités					7	18	21	4																																																				
Procédures de traitement des plaintes					0	0	0	2	Désignation d'un comité de surveillance des procédures					0	2	0	2	Établissement de procédures de traitement des plaintes					0	4	2	2	Non-respect des exigences concernant le dépôt de documents					0	0	2	2	Obligation des IFF ² autres que les banques d'adhérer à un organisme tiers de règlement des différends					59	6	60	5	Conformité des entités du groupe					1	1	1	0	Coût d'emprunt — Généralités					1	3	1	3																																																				

Suite du tableau à la page suivante

Le **tableau 4** indique le nombre et le type de communications reçues par l'ACFC à propos de la conformité au cours des deux dernières années. Le nombre total de communications reçues par l'Agence à propos de la conformité est demeuré à peu près le même en 2004-2005 et en 2005-2006.

Tableau 4 : Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

	2004-2005	2005-2006
Codes de conduite et engagements publics		
Plaintes	220	117
Demandes de renseignements	9	7
Plaintes signalées directement par les institutions?	11	18
Demandes de renseignements des médias	— ³	1
Dispositions visant les consommateurs		
Plaintes	517	334
Demandes de renseignements	18	9
Plaintes signalées directement par les institutions	418	694
Demandes de renseignements des médias	— ³	2
Dépôts de documents	176	153
Total	1 369	1 335

¹ Pour une définition des termes, voir l'annexe A (Glossaire).
² Jusqu'à maintenant, le commissaire n'a pas exercé son droit d'obliger les institutions financières à signaler directement les plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics. Il a plutôt consenti à ce que les institutions financières signalent directement les plaintes ou fassent mieux connaître leurs codes et leurs engagements.
³ La méthode utilisée pour classifier les demandes de renseignements des médias était différente en 2004-2005 et en 2005-2006.

Le **tableau 5** donne un aperçu du nombre de cas de conformité selon la nature des questions liées à la conformité. En 2005-2006, 1 316 dossiers portant sur des cas de conformité ont été ouverts; à la fin de l'année, 1 385 dossiers avaient été fermés.

Tableau 5 : Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents

	Dossiers en suspens à la fin de 2004-2005	Dossiers ouverts en 2005-2006	Dossiers fermés en 2005-2006	Dossiers en suspens à la fin de 2005-2006
DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS				
Publicité	0	1	1	0
Divuligation des frais et des services aux clients	12	55	57	10
Divuligation des frais à l'ouverture d'un compte	4	49	43	10
Comptes				

Suite du tableau à la page suivante

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2005-2006 (suite)

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS			
CATÉGORIE	PLAINTES	TOTAL	
Assurances			
Hypothèques	8	14	
Petites et moyennes entreprises	6	14	
Voyages	3	5	
Non précisé	11	65	
Sous-total	297	898	
Investissements			
Obligations d'épargne du Canada	5	252	
Certificats de placement garantis	56	127	
Fonds de revenu viager	2	19	
Fonds communs de placement	18	47	
Régimes de retraite	12	158	
Régimes enregistrés			
d'épargne-études	20	74	
Fonds enregistrés de revenu			
de retraite	20	31	
Régimes enregistrés			
d'épargne-retraite	86	231	
Actions	35	77	
Non précisé	51	145	
Sous-total	305	1 161	
Prêts			
Automobile	52	335	
Prêts conjoints	1	3	
Location	2	18	
Marges de crédit	43	98	
Hypothèques	229	462	
Prêts sur salaire	31	79	
Prêts personnels	98	228	
Prêts étudiants	47	205	
Non précisé	152	383	
Sous-total	655	1 811	
Total général	3 866	38 092	
34 226			

1 Ne comprend pas les demandes des médias et les communications liées aux activités de liaison externe.
2 La campagne d'information par l'annexe de documents aux chèques a suscité un grand nombre de demandes de renseignements sur le dépôt direct des chèques dans les comptes bancaires.
3 Ces communications représentent seulement les demandes relatives aux publications. Elles ne comprennent pas les questions des consommateurs portant sur d'autres sujets.

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2005-2006 (suite)

CATÉGORIE	DEMANDES DE			TOTAL
	RENSEIGNEMENTS	PLAINTES		
Institutions financières				
Billets de banque	11	3	14	
Fermetures de succursales	36	19	55	
Succursales	17	8	25	
Pièces de monnaie	17	8	25	
Procédures de traitement				
des plaintes	43	108	151	
Coordonnées	800	7	807	
Questions de succession	47	34	81	
Taux de change	20	10	30	
Légitimité	316	2	318	
Taux d'intérêt maximum	30	0	30	
Qualité du service	17	42	59	
Réglementation	112	4	116	
Coffrets de sûreté	7	10	17	
Autres	93	29	122	
Sous-total	1 566	284	1 850	
Demandes de renseignements généraux				
ACFC	254	5	259	
Publications ³	2 523	3	2 526	
Renvois à d'autres ministères				
ou organismes	15 276	417	15 693	
Réglementation	115	5	120	
Refus d'encaisser les gros billets				
de banque	5	1	6	
Petites et moyennes entreprises	66	7	73	
Faux numéros	2	0	2	
Autres	799	114	913	
Sous-total	19 040	552	19 592	
Assurances				
Automobile	205	91	296	
Généralités	6	4	10	
Habitation	130	44	174	
Vie	180	109	289	
Marges de crédit	1	4	5	
Prêts	1	0	1	
Soins médicaux	8	17	25	

Suite du tableau à la page suivante

Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, 2005-2006 (suite)

CATÉGORIE	DEMANDES DE			CREDIT
	RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL	
Credit				
Recouvrement	29	52	81	
Agences d'évaluation du crédit	1 199	105	1 304	
Conseils en matière de crédit	232	9	241	
Sous-total	1 460	166	1 626	
Cartes de crédit				
Demandes	191	36	227	
Paiement de factures	70	90	160	
Annulations	54	48	102	
Modification des conditions	13	12	25	
Recouvrement	66	152	218	
Procédures de traitement				
des plaintes	4	14	18	
Chèques de dépannage	8	10	18	
Gestion de la dette	29	6	35	
Dépôts (garantis seulement)	6	2	8	
Divulgateion	2	3	5	
Frais	61	40	101	
Fraude	50	38	88	
Assurances	35	19	54	
Taux d'intérêt	67	79	146	
Télématique bancaire	3	2	5	
Perte	5	2	7	
Débts préautorisés	7	9	16	
Questions sur la protection des				
renseignements personnels	8	11	19	
Qualité du service	1	30	31	
Programmes de récompense	10	5	15	
Démarchage	33	47	80	
Services bancaires par téléphone	1	1	2	
Ventes liées	0	2	2	
Transfert de soldes	9	15	24	
Autres	218	60	278	
Sous-total	951	733	1 684	

Suite du tableau à la page suivante

Le **tableau 3** indique le nombre de demandes de renseignements et de plaintes reçues au cours de l'année et la gamme de sujets couverts, à l'exception des questions relatives à la conformité. Le dépôt direct, les chèques et les agences d'évaluation du crédit constituaient les trois principales sources de préoccupation des consommateurs qui ont communiqué avec l'ACFC.

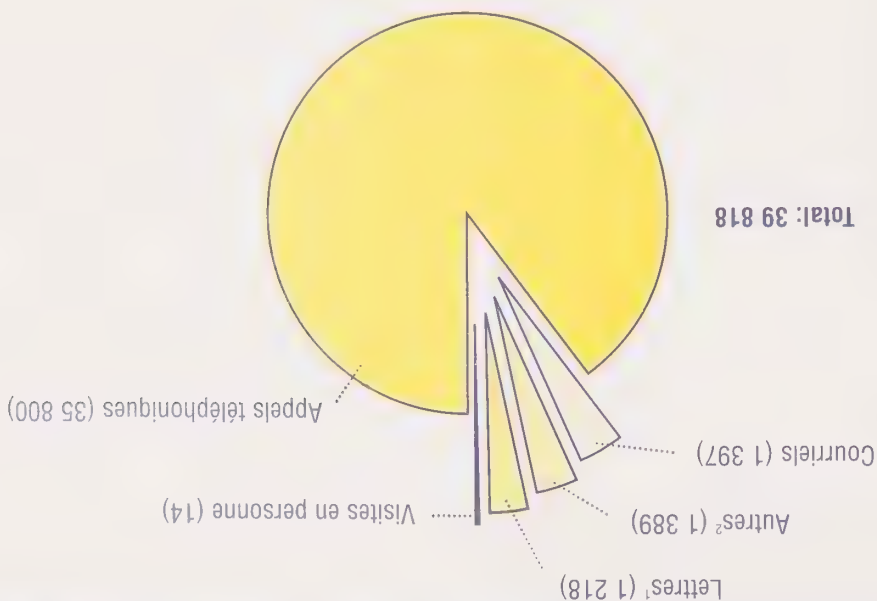
Tableau 3 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2005-2006

CATÉGORIE	DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS	PLAINTES	TOTAL
Comptes			
Guichets automatiques bancaires	21	47	68
Accès aux fonds	78	57	135
Frais de tenue de compte	57	47	104
Conventions	11	17	28
Billets de banque	1	1	2
Paiement de factures (en succursale)	5	1	6
Chèques certifiés	1	1	2
Chèques	2 063	174	2 237
Fermeture	28	52	80
Recouvrement	27	32	59
Cartes de débit	53	39	92
Dépôts directs?	5 154	11	5 165
Traites ou mandats	15	13	28
Fraude	43	33	76
Taux d'intérêt	17	5	22
Télématique bancaire	15	19	34
Ouverture	648	76	724
Découverts	7	20	27
Achats au point de vente	8	8	16
Débts préautorisés	46	48	94
Questions sur la protection des renseignements personnels	48	17	65
Qualité du service	6	34	40
Droit de compensation	72	30	102
Relevés	19	23	42
Services bancaires par téléphone	3	1	4
Ventes liées	4	1	5
Virements	23	36	59
Autres	123	31	154
Sous-total	8 596	874	9 470

Suite du tableau à la page suivante

La **figure 3** indique le mode de communication utilisé par les consommateurs pour présenter des demandes de renseignements et des plaintes à l'ACFC. Le téléphone demeure le mode de communication préféré des consommateurs qui s'adressent à l'ACFC. Ceux-ci l'ont utilisé dans près de 90 p. 100 des cas lorsqu'ils ont communiqué avec l'Agence.

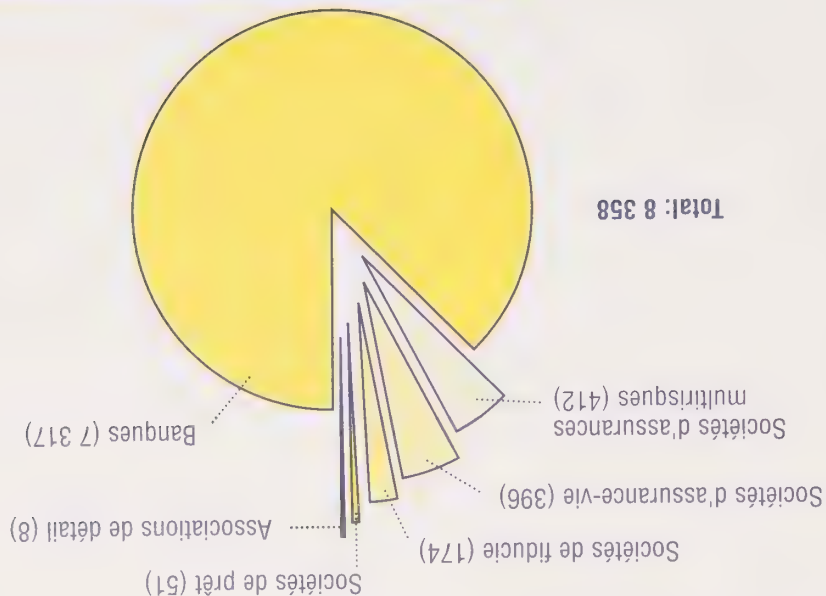
Figure 3 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2005-2006



- 1 Comprend les lettres, les télécopies et les appels téléphoniques qui exigeaient une réponse par écrit.
- 2 Comprend les dossiers ouverts par l'ACFC et les plaintes signalées directement par les institutions financières.

La **figure 4** ventile les demandes de renseignements concernant les institutions financières sous réglementation fédérale selon le type d'institution. Les banques ont fait l'objet de 88 p. 100 des demandes de renseignements portant sur les institutions financières sous réglementation fédérale.

Figure 4 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2005-2006



Questions qui préoccupent les Canadiens

L'obligation d'être à l'écoute des préoccupations des Canadiens et d'y donner suite est au cœur de notre mandat. Au cours d'une année, nous recevons des milliers de demandes de renseignements, de requêtes et de plaintes concernant les pratiques des institutions financières sous réglementation fédérale. Les figures et les tableaux qui suivent font état de façon détaillée des questions qui préoccupent les Canadiens, des régions du pays d'où proviennent le plus grand nombre de communications et des sujets dont nous entendons le plus parler.

L'ACFC offre ses services aux consommateurs de toutes les régions du Canada. Le **tableau 2** indique le nombre de demandes de renseignements et de plaintes reçues en 2005-2006, ventilé selon le lieu. Le nombre total se chiffre à 39 818, en hausse contre 28 788 l'année précédente. En 2005-2006, le nombre de communications s'est accru de 38 p. 100 dans l'ensemble par rapport à l'année précédente. Le plus grand nombre de communications provenaient du Québec et de l'Ontario.

Tableau 2 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique

Région	2004-2005	2005-2006 ¹
Alberta	2 966	4 190
Colombie-Britannique	1 813	4 685
Manitoba	1 121	1 601
Nouveau-Brunswick	880	1 203
Terre-Neuve-et-Labrador	409	618
Territoires du Nord-Ouest	29	57
Nouvelle-Écosse	818	1 139
Nunavut	18	62
Ontario	7 239	11 976
Ile-du-Prince-Édouard	71	164
Québec	5 784	11 423
Saskatchewan	710	1 165
Yukon	15	23
États-Unis	96	109
Pays étrangers autres que les États-Unis	74	65
Provenance inconnue ²	6 745	1 338
Total	28 788	39 818

¹ À la fin de 2005-2006, l'ACFC a amélioré son système de traitement des données pour suivre de plus près ses activités de liaison externe. Un petit nombre de communications au titre de la liaison externe (251) ont été versées dans la base de données.

² La personne ayant communiqué avec l'ACFC n'a pas précisé sa région. Depuis 2004-2005, l'amélioration du suivi a permis de réduire le nombre de communications inscrites dans la catégorie « provenance inconnue ».

Au service des Canadiens



Examens annuels

Le bulletin Connexion conformité

Dans le cadre de son mandat, l'ACFC mène des examens généraux annuels auxquels sont assujetties toutes les institutions financières sous réglementation fédérale. Ces examens ont pour objet de déterminer la mesure dans laquelle elles se conforment aux dispositions des lois, des règlements et des codes de conduite volontaires visant les consommateurs. L'Agence a constaté que les institutions financières fédérales s'acquittaient généralement de leurs obligations. Des enquêtes individuelles ont été entreprises et des dossiers ont été ouverts pour donner suite à certaines questions de conformité décelées lors des examens annuels.

Projet de recherche appliquée de l'ACFC et du Collège Seneca

En 2005-2006, l'ACFC a collaboré à un projet de recherche avec le centre des services financiers du Collège Seneca de Toronto. Le projet consistait à élaborer un programme d'études et du matériel didactique en vue d'accroître les possibilités de formation du personnel des institutions financières et des organismes de réglementation du secteur financier.

Le projet a été réalisé de juillet 2005 à la fin de mars 2006. Il a permis d'examiner les qualifications, les connaissances et les compétences du personnel travaillant dans le domaine de la conformité. Il s'agissait de déterminer quel type de formation et de perfectionnement aiderait les agents de conformité à déceler plus rapidement les risques et les questions de non-conformité. Grâce à ce programme, les consommateurs seront mieux protégés et les risques pouvant nuire à la réputation des institutions seront réduits. Le matériel didactique mis au point servira à former le personnel du secteur financier œuvrant dans le domaine de la conformité.

À la fin de 2005-2006, le bulletin trimestriel de l'ACFC intitulé *Connexion conformité* a été remplacé par une nouvelle rubrique de notre site Web, « Information et nouvelles ». Cette rubrique peut être consultée à partir du nouveau portail « Pour l'industrie ». Facilement accessible, elle permet de communiquer efficacement de l'information à jour sur le mandat de l'ACFC lié à la conformité.

● Octroi d'une dérogation à l'obligation de donner un préavis de fermeture de succursale.

Une banque a demandé au commissaire de la dispenser de donner un avis par écrit concernant la fermeture d'une de ses succursales. La demande a été accordée.

La succursale devait déménager à plus de 500 mètres de son emplacement actuel, mais à seulement environ 10 mètres de plus que la distance prescrite par règlement. Un avis indiquant que la banque occuperait un nouvel emplacement avait été affiché sept mois avant le déménagement. La banque a précisé que le déménagement n'aurait aucune incidence sur les activités courantes de la succursale et ne perturberait pas le service.

La banque avait prévu plusieurs mesures pour faciliter la transition de la succursale au nouvel emplacement. Elle avait notamment envoyé un avis à tous ses clients pour annoncer la réinstallation de la succursale; installé des affiches dans la succursale qui fermaient pendant les heures d'ouverture prolongées au nouvel emplacement; laissé un guichet automatique à l'emplacement de la succursale qui fermaient ses portes; et assuré l'accessibilité du nouvel emplacement en fauteuil roulant.

Le Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques) permet au commissaire d'accorder une dérogation à l'obligation de donner un préavis de fermeture de succursale, ou de modifier le préavis, dans certains cas. Le commissaire a donc exercé son pouvoir discrétionnaire et accordé la dérogation dans ce cas, car la succursale devait être réinstallée à un nouvel emplacement situé à une distance de seulement 510 mètres, ce qui avait très peu de répercussions sur la collectivité.

Le défaut de divulguer une modification apportée aux modalités du prêt en question constituait une infraction au règlement applicable. Une lettre de réprimande a été adressée à la banque; elle faisait état d'une violation de sa part.

Avant l'incident, la banque avait mis en œuvre des politiques et des procédures afin de s'assurer que tous les emprunteurs signent une entente faisant état des modifications apportées à leur prêt, et reçoivent les documents d'information pertinents. Après l'intervention de l'ACFC, la banque a donné de la formation à l'employé en cause.

Ce cas a incité l'ACFC à mener un examen à l'échelle du secteur sur la divulgation de l'information aux emprunteurs multiples. D'autres renseignements à ce sujet sont fournis à la page 19, sous le titre « Divulgateion aux emprunteurs multiples ».

● Défaut de divulguer le taux d'intérêt annuel exact applicable à des prêts

Une banque a fait la promotion d'une hypothèque par autopostage, par Internet et par l'intermédiaire des médias. Dans certains de ses documents publicitaires, elle n'a pas indiqué le taux annuel en pourcentage correspondant au coût d'emprunt de la même manière que le taux d'intérêt et de façon aussi visible. Elle a également divulgué un taux annuel en pourcentage incorrect. Dans certaines annonces, la durée du prêt n'était pas précisée.

Puisque ces omissions constituaient un manque de conformité au règlement applicable et aux articles pertinents de la Loi sur les banques, un procès-verbal de violation a été dressé, faisant état d'une violation de la part de la banque.

La banque a modifié sa campagne publicitaire afin de se conformer pleinement à la réglementation. Elle a également pris des mesures pour faire en sorte que ses futures campagnes publicitaires soient conformes en tous points.

65 ans. Le consommateur a donc dû s'adresser à un autre fournisseur et payer des frais additionnels pour obtenir le service souhaité.

Au point de départ, la banque n'avait pas divulgué aux consommateurs tous les renseignements nécessaires sur ce service. De plus, le libellé de l'avis envoyé aux consommateurs induisait en erreur. Puisque cela allait à l'encontre de la Loi sur les banques et du *Règlement sur le coût d'emprunt (banques)*, le commissaire a dressé un procès-verbal de violation faisant état de deux violations de la part de la banque.

Pour donner suite à la décision du commissaire, la banque a envoyé un encart aux consommateurs pour les informer des changements apportés à la convention conclue avec les détenteurs de carte. La banque a également décidé de réimprimer ses certificats d'assurance pour faire en sorte que l'information y figurant soit exacte.

• Défaut de divulguer les frais appliqués à une carte de crédit

Un consommateur s'est adressé à l'ACFC pour signaler qu'on lui avait fait payer des intérêts pour des achats qu'il avait effectués avec sa carte de crédit, alors que les achats ne figuraient pas encore sur son relevé mensuel et n'étaient pas inclus dans son solde mensuel.

Le consommateur avait profité d'une offre promotionnelle de la banque et obtenu des chèques de dépannage auxquels s'appliquait un taux d'intérêt moins élevé. Les chèques étaient assortis d'une condition, énoncée au verso, dont l'objectif était de modifier l'affectation des paiements. Les paiements seraient désormais affectés en premier lieu aux nouvelles opérations, qu'elles figurent ou non sur le relevé de compte. Ce changement avait pour effet d'éliminer le délai de grâce offert dans la convention conclue avec les détenteurs de carte. Le consommateur était ainsi susceptible de payer des frais d'intérêt. Les chèques offerts à titre promotionnel ont été utilisés par environ

158 000 consommateurs et 8 200 d'entre eux se sont retrouvés dans le même cas que l'auteur de la plainte.

Un procès-verbal de violation a été dressé, faisant état d'une violation de la part de la banque. La banque s'est engagée à rembourser tous les détenteurs de carte qui avaient profité de l'offre promotionnelle et avaient subi de fâcheuses conséquences. La banque a également examiné son mode d'affectation des paiements. Par la suite, elle a modifié sa pratique consistant à affecter les paiements aux opérations non facturées et assujetties à un taux inférieur, pour désormais les affecter d'abord aux opérations figurant sur les relevés. Elle a aussi envoyé par la poste une convention mise à jour aux détenteurs de carte, dans laquelle elle expliquait la façon dont seraient affectés leurs paiements.

• Défaut de divulguer à un coemprunteur une modification apportée à un prêt

Un consommateur est entré en communication avec l'ACFC pour lui signaler que la banque avait apporté des modifications au prêt dont il était cosignataire, à son insu et sans son consentement, et qu'il n'avait reçu aucun document d'information à propos des modifications.



Lorsque l'information est divulguée comme il se doit, les consommateurs peuvent prendre des décisions éclairées concernant l'utilisation de leur carte de crédit.

En 2005-2006, le commissaire a clairement fait part au secteur de son point de vue que les mêmes renseignements devraient être divulgués à tous les emprunteurs, sans exception. L'ACFC a donc demandé à toutes les institutions financières fédérales touchées par la question de revoir leurs pratiques et de veiller à fournir les renseignements pertinents à tous les emprunteurs.

En 2005-2006, un seul cas (voir page 20) a incité le commissaire à faire clairement part au secteur de son point de vue que les mêmes renseignements devraient être divulgués à tous les emprunteurs, sans exception. Il a souligné que le Règlement sur le coût d'emprunt ne fait aucune distinction entre les divers types d'emprunteurs et que, par conséquent, le coût d'emprunt et d'autres renseignements prescrits doivent être communiqués à tous les emprunteurs, comme l'exige le Règlement.

Divulgaration aux emprunteurs multiples

Peuvent alors être consacrées à des cas plus importants, tout en allégeant le fardeau administratif des institutions financières. Dans les cas non liés à des questions de fond, le commissaire adjoint peut fermer un dossier sans qu'il y ait d'enquête, en informant l'institution financière en cause des mesures prises.

Par contre, dans les cas plus sérieux, une enquête complète est menée et, s'il y a lieu, l'agent de conformité prépare un rapport contenant des recommandations adressées au commissaire sur les mesures appropriées à prendre. Pour déceler les tendances possibles, la Direction suit de près toutes les questions portées à son attention, qu'elles soient ou non des questions de fond.

• Défaut de divulguer des renseignements concernant une carte de crédit

Une banque a offert un nouveau service visant une de ses cartes de crédit, y compris une indemnité d'assurance. Un consommateur, détenteur de la carte de crédit en question et âgé de plus de 65 ans, a opté pour le service proposé et a payé pour l'obtenir. Toutefois, l'indemnité offerte dans le cadre du nouveau service était réservée aux personnes âgées de moins de

Lors de chaque exercice, le commissaire prend de nombreuses décisions sur des cas liés à des questions de conformité. Les paragraphes qui suivent présentent un résumé de quelques décisions importantes formulées par le commissaire en 2005-2006.

Décisions prises par le commissaire en 2005-2006

d'information. Les emprunteurs ne peuvent toutefois pas décharger une institution de divulgation. D'après le commissaire, les coemprunteurs ayant été informés de leur droit de recevoir des documents d'information distincts peuvent cependant indiquer par écrit qu'ils consentent à en recevoir un seul exemplaire qui leur sera adressé conjointement.

Le consentement doit énoncer clairement les conséquences de cette décision et comprendre une déclaration indiquant que le consentement peut être révoqué au besoin si des documents distincts sont requis à une date ultérieure.

En tant que petit organisme, nous explorons toutes les possibilités de faire connaître nos activités et les avantages qu'elles procurent aux Canadiens. Nous considérons que les médias sont un circuit important pour transmettre de l'information à propos de nos activités et des questions relatives à l'ensemble du secteur financier.

En 2005-2006, l'ACFC a continué d'entretenir des relations positives avec les médias. L'Agence a fait l'objet de 388 mentions dans les médias, ce qui a donné lieu à 24 millions d'impressions d'audience. C'est donc une augmentation marquée par rapport à 2004-2005, année pour laquelle l'ACFC avait été mentionnée dans les médias 204 fois, ce qui équivalait à 20 millions d'impressions d'audience*.

Cette année, l'ACFC a encore été mentionnée dans le cadre de reportages traitant des cartes de crédit et de la fraude par carte de débit. La publication la plus récente de l'Agence, intitulée *Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit*, a cependant aussi beaucoup retenu l'attention des médias, tout comme le sondage au sujet des prêts sur salaire et le nouvel outil interactif sur les cartes de crédit. Les médias imprimés ont assuré la couverture la plus importante dans les deux langues officielles.

* L'ACFC calcule le nombre global « d'impressions d'audience » en faisant la somme des chiffres relatifs à la diffusion des divers médias dans lesquels l'Agence a été mentionnée. Lorsque nous n'avons pas pu obtenir ces chiffres, aucun chiffre n'a été ajouté au total.

Direction de la conformité et de l'application

PROTÉGER LES CONSOMMATEURS DANS LE SECTEUR FINANCIER

La Direction de la conformité et de l'application de l'ACFC (autrefois appelée Direction de la conformité et des relations avec l'industrie) suit de près l'application des lois adoptées pour assurer la protection des consommateurs. Elle veille aussi au respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics. L'Agence mène des enquêtes proactives sur la conformité du secteur. Elle s'appuie sur les plaintes des consommateurs pour s'informer et elle utilise également des instruments comme l'évaluation mystère et les examens annuels.

La surveillance qu'exerce l'ACFC a des répercussions importantes dans le milieu. En effet, un seul cas de conformité peut donner lieu à des changements à l'échelle du secteur de même qu'à des améliorations dont profitent des milliers, voire des millions, de Canadiens.

Perfectionnement de la procédure de vérification de la conformité

L'ACFC revoit régulièrement sa procédure de vérification de la conformité pour veiller à ce qu'elle soit efficace et efficiente. Après avoir réalisé une révision majeure de son cadre de conformité en 2003-2004, l'Agence a pris d'autres mesures pour améliorer l'efficacité de son processus d'enquête en 2005-2006. Les ajustements effectués récemment sont principalement internes; ils visent à optimiser la protection des consommateurs au moyen des ressources disponibles, en mettant l'accent sur des questions de fond en matière de conformité.

Tous les cas de conformité subissent une évaluation préliminaire et sont classés par ordre de priorité. Suite à la révision de la procédure, le processus administratif a été simplifié dans les cas où il s'agit d'un problème isolé dont les répercussions sont restreintes. Cette approche libère des ressources qui

• Documents clairs sur les cartes de crédit

En 2005-2006, dans le cadre d'une initiative conjointe avec MasterCard, nous avons demandé à des spécialistes de la rédaction en langage simple de recommander des façons d'améliorer la clarté des documents publicitaires et des formulaires de demande de carte de crédit. Les spécialistes ont évalué le niveau d'alphabétisation requis pour bien comprendre les formulaires et les brochures utilisés pour faire une demande de carte de crédit. Ils ont ensuite relevé les points faibles et les points forts des documents existants, puis proposé un modèle de formulaire de demande qui serait compris plus facilement des consommateurs, quel que soit leur niveau d'alphabétisation.

D'ici la fin de mars 2007, l'ACFC et MasterCard espèrent finaliser un modèle de formulaire qui tient compte des recommandations des spécialistes. La divulgation de renseignements plus clairs aidera les Canadiens à mieux comprendre les conditions énoncées dans leurs conventions de carte de crédit.

Scène internationale

L'ACFC participe au Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier. Établi il y a plus de trois ans, ce forum annuel réunit des représentants d'organismes de réglementation des pratiques du secteur financier de divers pays. Il leur permet d'échanger de l'information sur leurs pratiques exemplaires et d'exprimer leurs préoccupations concernant l'éducation et la protection des consommateurs en matière financière.

La rencontre de 2005-2006, qui a eu lieu en Malaisie, a attiré plus de 50 représentants de 35 pays. Les discussions ont porté sur divers sujets, dont la capacité financière, les pratiques commerciales équitables, le vol d'identité et la fraude, la divulgation efficace, la réglementation prévue par la loi par opposition à l'autoréglementation, le cadre de surveillance des pratiques du secteur, l'évaluation de l'efficacité et l'avenir de la protection des consommateurs.

• Langage simple

cours, ainsi que des politiques et des pratiques courantes dans le domaine de la capacité financière.

L'ACFC reconnaît que de nombreux Canadiens font face à des défis en matière d'alphabétisation dans le domaine financier. C'est ce qui l'a amené à entreprendre un certain nombre de projets visant à promouvoir l'utilisation d'un langage simple.

L'ACFC a participé de nouveau cette année à la série de conférences « Pour des communications plus claires », organisées par la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français.

Des conférences ont eu lieu à Montréal, Ottawa, Vancouver et St. John's. L'ACFC a présenté un exposé d'une heure sur l'expérience qu'elle a acquise dans le domaine de la communication en langage simple. Les quatre conférences ont attiré 1 028 participants en 2005-2006, soit près du double du nombre enregistré en 2004-2005.

• Programme « Former l'agent de formation » de l'ACFC

Elaboré par l'ACFC, « Former l'agent de formation » est un programme qui donne un aperçu du secteur des services financiers canadien. Il fournit aussi des renseignements en langage simple sur le droit des consommateurs d'ouvrir un compte bancaire et d'encasser sans frais les chèques du gouvernement fédéral au Canada. L'ACFC offre le programme et les documents connexes, y compris des exposés et des publications, à des organisations et des agents de formation aptes à transmettre l'information aux nouveaux immigrants et à d'autres groupes communautaires.

En 2005-2006, le YMCA du Grand Toronto et Option consommateurs ont offert ce programme à divers groupes. L'Agence continuera d'offrir le programme aux organisations intéressées.

• Brochure sur les régimes enregistrés d'épargne-études

En collaboration avec les responsables du programme de la Subvention canadienne pour l'épargne-études de Ressources humaines et Développement social Canada, l'ACFC a préparé une brochure portant sur les régimes enregistrés d'épargne-études (REE) et leur fonctionnement. La brochure décrit comment les familles peuvent optimiser l'incidence de leurs cotisations à un REEF à l'aide des nouvelles mesures incitatives du gouvernement fédéral visant à stimuler l'épargne-études, comme le Bon d'études canadien et la Subvention canadienne pour l'épargne-études.

• L'ACFC dans le milieu scolaire

En 2004-2005, l'ACFC a participé au programme Enseignons l'impôt de l'Agence du revenu du Canada. Ce programme consiste à distribuer des documents aux enseignants d'écoles secondaires pour les aider à initier leurs étudiants au régime fiscal du Canada. En 2005-2006, nous avons assuré un suivi en communiquant avec les enseignants qui avaient demandé à l'ACFC de leur envoyer des documents. Nous avons adressé plus de 600 lettres à des enseignants canadiens afin de promouvoir l'utilisation des publications de l'ACFC par leurs étudiants. Nous avons ensuite reçu 200 demandes et distribué plus de 20 000 publications. Ces publications ont aidé les étudiants à mieux comprendre divers produits et services financiers, ainsi que leurs droits et responsabilités lorsqu'ils traitent avec les institutions financières.

Organisations des secteurs privé et sans but lucratif

Pour joindre les consommateurs vulnérables, l'ACFC établit des partenariats avec des organisations qui travaillent déjà avec eux, ou qui mènent des activités à leur intention. Ces partenariats aident l'Agence à informer ces consommateurs au sujet de leur droit à obtenir notamment des services bancaires de base,

• Compréhension de la capacité financière

par exemple ouvrir un compte bancaire personnel et encaisser les chèques du gouvernement du Canada. En 2005-2006, l'Agence a continué de renforcer ses relations dans ces secteurs. Parmi ses partenaires, figuraient :

- la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français;
- Option consommateurs;
- Social and Enterprise Development Innovations;
- le YMCA du Grand Toronto.

Grâce à ces partenariats, l'ACFC peut joindre des collectivités et des groupes avec lesquels elle n'aurait peut-être pas autrement de relations directes.



En juin 2005, de concert avec les responsables de Social and Enterprise Development Innovations et du Projet de recherche sur les politiques, l'ACFC a organisé un symposium national sur la question de la capacité financière, intitulé « Les Canadiens et l'argent ».

Première activité du genre organisée au Canada, le symposium a réuni plus de 150 spécialistes des secteurs public et privé, et représentants de collectivités du Canada, des États-Unis et de pays européens. Ils ont discuté des recherches en

- **La vedette du mois de Service Canada**
En février 2006, l'ACFC a été la vedette du mois de Service Canada. En effet, 320 centres de Service Canada répartis à travers le pays ont mis en vedette les publications de l'Agence afin de mieux faire connaître les services offerts par celle-ci. Grâce à cette initiative, plus de 60 000 publications ont été distribuées.
Sur une base permanente, l'ACFC utilise les kiosques et les centres de Service Canada partout au pays pour fournir de l'information et des ressources aux Canadiens.
- **Information sur la gestion financière pour les anciens combattants des Forces canadiennes**
Au cours de l'année, l'ACFC a travaillé avec Anciens Combattants Canada pour préparer un document d'information en langage simple à l'intention des anciens combattants des Forces canadiennes. Le document vise à aider ces derniers à prendre des décisions judicieuses en matière financière.

- **Pavillon du Canada**
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est le gestionnaire du Programme des expositions du gouvernement du Canada, dont fait partie le Pavillon du Canada. Il s'agit d'une exposition itinérante unique en son genre, qui fait connaître différents ministères et organismes fédéraux. Cette exposition donne la possibilité à l'ACFC de s'entretenir directement avec des Canadiens partout au pays et de leur parler de ses activités. En 2005-2006, l'ACFC a pris part à cinq des événements auxquels participait le Pavillon du Canada : le Home Show de Moncton, l'Expo Québec de la ville de Québec, la Canadian Western Agribition de Regina, le Festival des grands voiliers de Victoria et le Festival des voyageurs de Winnipeg. Les représentants de l'ACFC ont pu s'y entretenir avec plus de 10 000 Canadiens et y ont distribué plus de 21 000 publications. Il est prévu de poursuivre en 2006-2007 ce projet de liaison externe couronné de succès.

L'ACFC a distribué de l'information s'adressant aux personnes âgées en joignant des encarts aux chèques versés au titre de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada. Les encarts de l'ACFC traitaient de leur droit d'encaisser les chèques du gouvernement du Canada et des comptes spéciaux avantageux qui leur sont offerts.

De concert avec Ressources humaines et Développement social Canada, l'Agence a également distribué de l'information s'adressant aux personnes âgées au moyen d'encarts joints aux chèques versés au titre de la Sécurité de la vieillesse et du Régime de pensions du Canada. Les encarts de l'ACFC traitaient de leur droit d'encaisser les chèques du gouvernement du Canada et des comptes spéciaux avantageux qui leur sont offerts. Suite à cette initiative conjointe, plus de 1 800 consommateurs ont communiqué avec l'ACFC pour obtenir d'autres renseignements.

Canadiens ont communiqué avec l'ACFC. Après cet envoi postal, plus de 14 000 et les avantages du dépôt direct. les comptes bancaires à frais modiques, chèques du gouvernement du Canada, bancaire personnel et d'encaisser les

70 questions et réponses portant sur divers services et produits financiers.

La base de données contient de l'information sur des sujets d'intérêt comme les cartes de crédit, les comptes bancaires, les dossiers de crédit, les prêts, les hypothèques, les chèques et les débits préautorisés.

Cet outil convivial permet d'effectuer des recherches par mot-clé, par catégorie et par sous-catégorie. Les consommateurs peuvent également visualiser le contenu de cette base de données en fonction des questions « les plus lues » et « les plus récentes ».

Partenariats et liaison externe

L'ACFC a conclu des partenariats stratégiques et des ententes de collaboration avec d'autres organisations des secteurs public, privé et sans but lucratif afin de mieux faire connaître les services et les ressources de l'Agence, et de réduire les dépenses au minimum. Ces partenariats permettent à l'ACFC de tirer parti de vastes réseaux de consommateurs et de joindre diverses collectivités partout au pays.

Gouvernement

En 2005-2006, l'ACFC a travaillé en étroite collaboration avec un certain nombre d'organisations fédérales, notamment les suivantes :

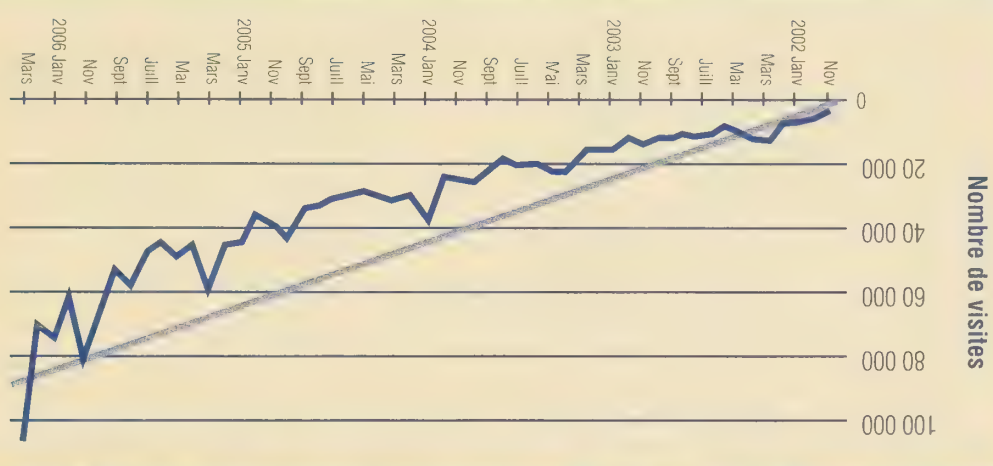
- Agence du revenu du Canada;
- Ressources humaines et Développement social Canada;
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada;
- Service Canada;
- Anciens Combattants Canada.

Avec l'aide de ses partenaires, l'ACFC a été en mesure de cibler de façon stratégique différents segments de consommateurs.

Annexe de documents aux chèques

En octobre et en novembre 2005, l'ACFC a collaboré avec l'Agence du revenu du Canada pour communiquer de l'information en annexant un dépliant aux chèques versés au titre du crédit pour la TPS/TVH et de la Prestation fiscale canadienne pour enfants. Le dépliant de l'ACFC portait sur le droit d'ouvrir un compte

Figure 2 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement



Visites enregistrées
Ligne de tendance

Depuis que l'Agence existe, le nombre de Canadiens qui visitent notre site Web s'accroît considérablement chaque année. En 2005-2006, le site Web de l'ACFC a reçu en moyenne plus de 2 170 visiteurs par jour, ce qui représente une hausse de 67,3 p. 100 par rapport à l'année précédente (voir le tableau 1). On a dénombré plus de 766 000 visites du site pendant l'année, comparativement à 458 253 en 2004-2005. Depuis la première année d'activités complètes de l'ACFC, le nombre de visites du site Web a augmenté de plus de 500 p. 100.

Les outils interactifs novateurs et pratiques que l'on trouve dans le site de l'Agence suscitent l'intérêt de nombreux visiteurs. En 2004-2005, l'ACFC a lancé un nouvel outil qui permet aux visiteurs d'accéder aux procédures de traitement des plaintes de n'importe quelle institution financière fédérale au Canada. En 2005-2006, cet outil a été l'élément le plus utilisé du site Web de l'ACFC. Au cours de l'année, nous avons ajouté deux nouveaux produits à notre gamme d'outils interactifs en ligne.

• Un outil interactif sur les cartes de crédit

Cet outil facile à utiliser ajoute une dimension interactive à la publication bien connue de

l'ACFC, Les cartes de crédit : à vous de choisir.

Après avoir répondu à quelques questions simples concernant leurs besoins et leurs habitudes, les consommateurs reçoivent une liste individualisée de cartes de crédit qui correspondent à leur profil et à leurs préférences. À mesure que les choix se précisent, il devient plus facile de faire une comparaison détaillée des cartes. L'outil rassemble des renseignements sur plus de 200 cartes de crédit offertes par 25 grandes sociétés émettrices de cartes de crédit.

Pour mettre cet outil au point, l'ACFC a consulté diverses organisations afin de savoir ce qu'elles pensaient de la fonctionnalité de l'outil. Parmi ces organisations figuraient l'Association des banquiers canadiens, l'Option consommateurs et le Public Interest Network.

• Une base de données sous forme de foire aux questions

En s'inspirant des milliers de demandes de renseignements qu'elle reçoit chaque année, l'Agence a ajouté une base de données sous forme de foire aux questions à son site Web. On y trouve une liste qui compte plus de

Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	2004-2005	2005-2006
Nombre de visites ¹	458 253	766 426
Nombre moyen de visites par jour	1 300	2 177
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	11 652	19 170
Nombre de consultations de l'outil interactif	7 492	9 630
Guide du coût des services bancaires		
Nombre de consultations de l'outil de recherche		
Procédures de traitement des plaintes	—	39 960
Nombre de consultations de l'outil interactif	—	9 560
Les cartes de crédit : à vous de choisir		

¹ Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si un visiteur reste inactif pendant plus de 30 minutes, la visite est considérée comme terminée. Si un visiteur continue à consulter le site de l'ACFC après la limite du temps mort de 30 minutes, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite.

Produits et outils d'information pour les consommateurs

Publications

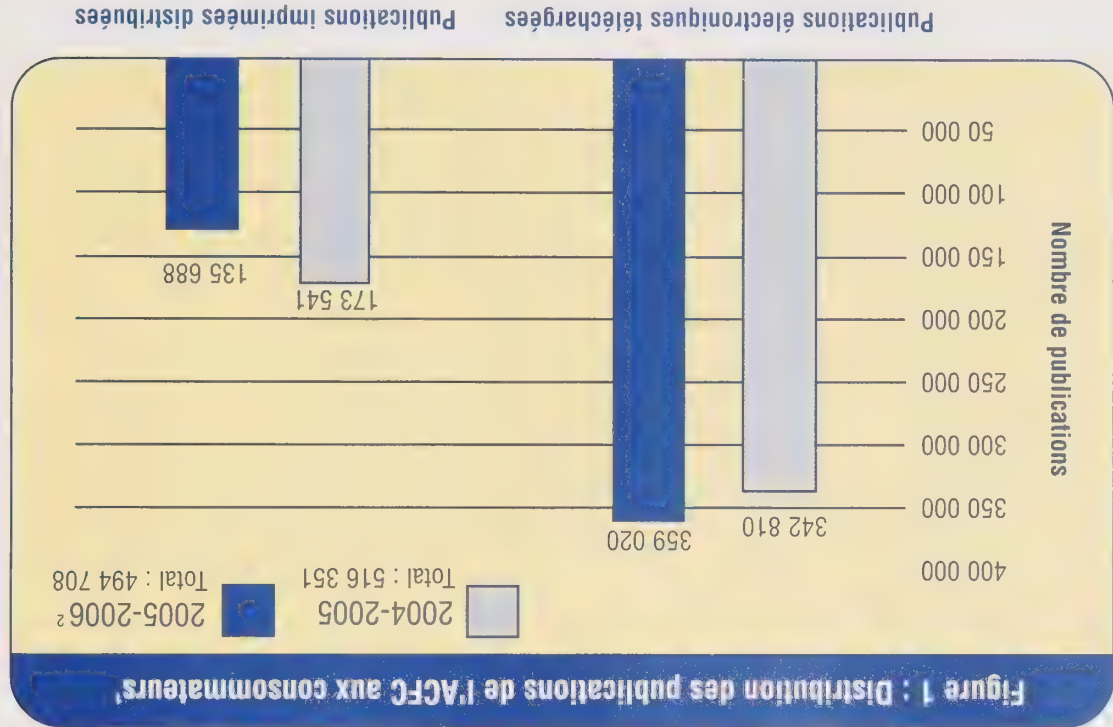
conserver un bon dossier de crédit. On y précise également comment s'y prendre pour obtenir sans frais une copie de son dossier de crédit au moins une fois par an, interpréter les données qui y sont versées et y faire corriger les erreurs, le cas échéant. La brochure comprend aussi des exemples de dossiers de crédit tenus par deux grandes agences canadiennes d'évaluation du crédit et fournit des notes explicatives.

L'Agence a aussi élaboré et mis en circulation une nouvelle publication, qui s'intitule *Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit*.

Un mauvais dossier de crédit peut avoir des répercussions néfastes sur la santé financière des consommateurs. Il est important que ceux-ci soient au courant de leur dossier et de leur pointage de crédit, et qu'ils comprennent leur fonctionnement. La publication *Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit* a été conçue à cette fin. En effet, elle explique ce que sont les dossiers de crédit, présente les facteurs susceptibles de nuire au pointage de crédit et dit pourquoi il est important de

L'année précédente. Les publications les plus populaires étaient les suivantes : Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs, Vos droits et responsabilités, et Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit.

La figure 1 indique le nombre de publications de l'ACFC distribuées en 2005-2006. En tenant compte des versions électroniques et des téléchargements de publications imprimées (par exemple les documents PDF), le nombre total de publications distribuées aux consommateurs a atteint environ 494 708, soit un nombre qui s'apparente à celui de l'année précédente. Les publications les plus



1 Pour les publications téléchargées, il ne s'agit que des publications conçues pour être utilisées par le grand public. En 2005-2006, le nombre total de publications imprimées a légèrement diminué en raison de la nouvelle méthode utilisée pour compter les troupes d'information et les publications comprenant plusieurs éléments.

Depuis que l'Agence existe, le nombre de Canadiens qui visitent notre site Web s'accroît considérablement chaque année. En 2005-2006, le site Web de l'ACFC a reçu en moyenne plus de 2 170 visiteurs par jour, ce qui représente une hausse de 67,3 p. 100 par rapport à l'année précédente (voir le tableau 1). On a dénombré plus de 766 000 visites du site pendant l'année, comparativement à 458 253 en 2004-2005. Depuis la première année d'activités complètes de l'ACFC, le nombre de visites du site Web a augmenté de plus de 500 p. 100.

Les outils interactifs novateurs et pratiques que l'on trouve dans le site de l'Agence suscitent l'intérêt de nombreux visiteurs. En 2004-2005, l'ACFC a lancé un nouvel outil qui permet aux visiteurs d'accéder aux procédures de traitement des plaintes de l'Agence. En 2005-2006, cet outil a été l'élément le plus utilisé du site Web de l'ACFC. Au cours de l'année, nous avons ajouté deux nouveaux produits à notre gamme d'outils interactifs en ligne.

• Un outil interactif sur les cartes de crédit

Cet outil facile à utiliser ajoute une dimension interactive à la publication bien connue de

l'ACFC, Les cartes de crédit : à vous de choisir.

Après avoir répondu à quelques questions simples concernant leurs besoins et leurs habitudes, les consommateurs reçoivent une liste individualisée de cartes de crédit qui correspondent à leur profil et à leurs préférences. À mesure que les choix se précisent, il devient plus facile de faire une comparaison détaillée des cartes. L'outil rassemble des renseignements sur plus de 200 cartes de crédit offertes par 25 grandes sociétés émettrices de cartes de crédit.

Pour mettre cet outil au point, l'ACFC a consulté diverses organisations afin de savoir ce qu'elles pensaient de la fonctionnalité de l'outil. Parmi ces organisations figuraient l'Association des banquiers canadiens, l'Option consommateurs, l'Union des consommateurs et le Public Interest Network.

• Une base de données sous forme de foire aux questions

En s'inspirant des milliers de demandes de renseignements qu'elle reçoit chaque année, l'Agence a ajouté une base de données sous forme de foire aux questions à son site Web. On y trouve une liste qui compte plus de

Tableau 1 : Utilisation du site Web de l'ACFC

	2004-2005	2005-2006
Nombre de visites ¹	458 253	766 426
Nombre moyen de visites par jour	1 300	2 177
Nombre de consultations des jeux-questionnaires de l'ACFC	11 652	19 170
Nombre de consultations de l'outil interactif	7 492	9 630
Guide du coût des services bancaires		
Nombre de consultations de l'outil de recherche		
Procédures de traitement des plaintes	—	39 960
Nombre de consultations de l'outil interactif	—	9 560
Les cartes de crédit : à vous de choisir		

¹ Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si un visiteur reste inactif pendant plus de 30 minutes, la visite est considérée comme terminée. Si un visiteur continue à consulter le site de l'ACFC après la limite du temps mort de 30 minutes, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite.

Produits et outils d'information pour les consommateurs

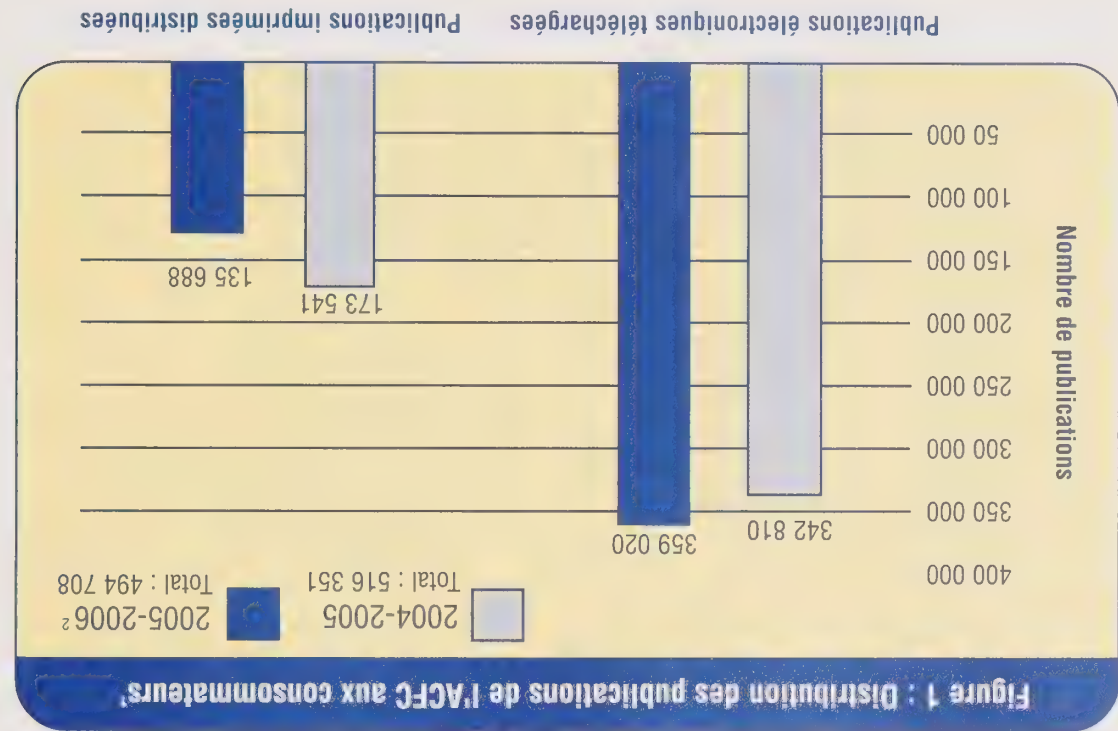
Publications

conserver un bon dossier de crédit. On y précise également comment s'y prendre pour obtenir sans frais une copie de son dossier de crédit au moins une fois par an, interpréter les données qui y sont versées et y faire corriger les erreurs, le cas échéant. La brochure comprend aussi des exemples de dossiers de crédit tenus par deux grandes agences canadiennes d'évaluation du crédit et fournit des notes explicatives.

La figure 1 indique le nombre de publications de l'ACFC distribuées en 2005-2006. En tenant compte des publications imprimées et des téléchargements des versions électroniques (par exemple les documents PDF), le nombre total de publications distribuées aux consommateurs a atteint environ 494 708, soit un nombre qui s'apparente à celui de l'année précédente. Les publications les plus populaires étaient les suivantes : Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs, Vos droits et responsabilités, et Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit.

L'Agence a aussi élaboré et mis en circulation une nouvelle publication, qui s'intitule Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit.

Un mauvais dossier de crédit peut avoir des répercussions néfastes sur la santé financière des consommateurs. Il est important que ceux-ci soient au courant de leur dossier et de leur pointage de crédit, et qu'ils comprennent leur fonctionnement. La publication Comprendre votre dossier de crédit et votre pointage de crédit a été conçue à cette fin. En effet, elle explique ce que sont les dossiers de crédit, présente les facteurs susceptibles de nuire au pointage de crédit et dit pourquoi il est important de



¹ Pour les publications téléchargées, il ne s'agit que des publications conçues pour être utilisées par le grand public. En 2005-2006, le nombre total de publications imprimées a légèrement diminué en raison de la nouvelle méthode utilisée pour compter les trousseaux d'information et les publications comprenant plusieurs éléments.

²

connaissances de ces derniers à l'égard des produits et des services financiers, et sur la mesure dans laquelle ils les comprennent.

SÉCURISER LE MARCHÉ

L'ACFC est chargée de vérifier et de soutenir l'application des lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils traitent avec les institutions financières. Lorsqu'une question de conformité est portée à notre attention, nous y donnons suite pour déterminer s'il faut mener une enquête. L'ACFC informe le public et le secteur des décisions du commissaire en affichant un résumé de ces décisions dans son site Web.

Les changements apportés au processus de traitement des cas de conformité en 2004-2005 ont permis d'améliorer la capacité de l'ACFC à maximiser la protection des consommateurs. En 2005-2006, le nombre de dossiers sur des cas de conformité ayant été fermés s'est accru de plus de 20 p. 100 : 1 385 dossiers ont été fermés au cours de l'année, comparativement à 1 142 en 2004-2005.

NOTRE RÔLE EN 2006-2007 ET APRÈS

Dans les années à venir, l'ACFC continuera à produire des documents d'information et des outils à l'intention des consommateurs canadiens de produits et de services financiers. Nous travaillerons avec des partenaires pour relever le niveau de sensibilisation des groupes de consommateurs ciblés. Nous suivrons de près le comportement des institutions financières. Ce faisant, nous favoriserons la mise en place d'un secteur financier équitable, sécurisé et concurrentiel dans l'intérêt des consommateurs.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC informe les consommateurs au sujet de leurs droits et responsabilités lorsqu'ils traitent avec les institutions

Pour répondre aux besoins des Canadiens, l'information préparée par l'ACFC doit être claire et compréhensible, présentée sous diverses formes et offerte partout au pays.

INFORMER LES CANADIENS

financières. Elle leur fournit également des renseignements objectifs pour les aider à mieux comprendre les produits et les services financiers courants.

Nous concevons des outils et des publications qui s'adressent à un vaste public, tout en accordant une attention toute spéciale à la prestation des services aux consommateurs plus vulnérables, par exemple ceux dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées. À cette fin, nous faisons appel à notre capacité interne et nous sollicitons les conseils de spécialistes de la rédaction en langage simple; leurs suggestions et leurs recommandations aident à optimiser l'incidence et l'accessibilité des travaux de l'ACFC.

L'ACFC sait que tous les Canadiens ne cherchent pas à s'informer et qu'ils n'utilisent pas l'information de la même façon. Certains aiment consulter des publications imprimées qu'ils peuvent partager avec des amis et des membres de leur famille; d'autres préfèrent trouver et lire l'information en ligne. C'est la raison pour laquelle l'ACFC communique l'information de différentes façons, par exemple au moyen de son site Web et d'outils interactifs, de documents imprimés et de séances d'information en groupe, pour n'en citer que quelques-unes.

Pour offrir et distribuer ses publications, l'ACFC travaille de façon créative avec des partenaires qui ont établi des réseaux communautaires à l'échelle du pays.

Enfin, l'ACFC veille à établir des relations avec les médias, ce qui l'aide à transmettre des renseignements importants à un grand nombre de Canadiens en temps opportun. Un nombre croissant de membres des médias reconnaissent que l'ACFC offre une perspective unique et utile sur les questions qui préoccupent les consommateurs.

FOURNIR DES RENSEIGNEMENTS OBJECTIFS

L'Agence axe ses activités sur l'amélioration du secteur financier dans l'intérêt des Canadiens. Depuis qu'elle a vu le jour, l'ACFC enregistre chaque année une augmentation du nombre des communications qu'elle reçoit de la part des consommateurs.

Les publications de l'ACFC sont très prisées par les Canadiens. Ainsi, en 2005-2006, ces derniers se sont procurés près de 500 000 exemplaires des publications de l'Agence, dont 359 000 ont été téléchargées de son site Web.

L'ACFC enregistre en moyenne environ 2 000 visites de son site Web chaque jour. Cela lui permet de fournir des renseignements objectifs aux consommateurs à peu de frais. Plus de 30 rapports, brochures et outils interactifs différents sont offerts par l'Agence en version imprimée ou électronique.

Pour aider l'ACFC à mettre au point de nouveaux outils et documents d'information répondant aux besoins des consommateurs, nous mènerons en 2006-2007 un important sondage sur les

En 2005-2006, les Canadiens se sont procurés près de 500 000 exemplaires des publications de l'ACFC, dont 359 000 ont été téléchargées de son site Web. Plus de 30 rapports, brochures et outils interactifs différents sont offerts par l'Agence en version imprimée ou électronique.

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) poursuit ses activités afin que les consommateurs canadiens disposent d'un secteur financier équitable et sécurisé. Elle fournit aux consommateurs de produits et de services financiers les renseignements dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées. Elle exerce aussi une fonction de surveillance efficace afin d'assurer le respect des dispositions législatives adoptées pour protéger les consommateurs.

L'ACFC entretient annuellement des relations directes avec des dizaines de milliers de consommateurs de produits et de services financiers. Cela lui permet d'acquérir une connaissance et une expertise tout à fait unique à l'égard de leurs besoins et de leurs préoccupations. Les éléments d'information que nous recueillons orientent ainsi nos initiatives en matière d'éducation et nos activités liées à l'exécution de la réglementation.

AIDER LES CANADIENS

Pour informer les Canadiens sur d'importantes questions financières, l'ACFC a recours à divers mécanismes, notamment la liaison directe et la création de partenariats avec d'autres organismes gouvernementaux, des organisations sans but lucratif et des institutions financières.

En 2005-2006, l'ACFC a distribué de l'information sur les services bancaires de base aux Canadiens vulnérables en collaboration avec le YMCA du Grand Toronto et le groupe Option consommateurs.

Afin d'aider les Canadiens possédant des connaissances limitées sur les questions financières, l'Agence a aussi travaillé avec MasterCard pour élaborer des formulaires de demande de carte de crédit et des documents publicitaires plus faciles à comprendre.

Qu'il s'agisse de l'éducation des consommateurs, de la liaison externe ou des enquêtes sur des questions de conformité,

Le bilan de l'année



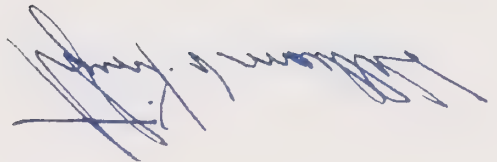
Nous poursuivrons les initiatives en cours et nous lancerons de nouveaux projets, notamment les suivants :

- travailler avec les associations de cartes de crédit pour mettre au point un modèle de formulaire de demande de carte de crédit en langage simple;
- réviser et lancer une nouvelle version de la section « Pour les consommateurs » de notre site Web;
- mener un sondage afin de jauger les connaissances et les comportements des consommateurs à l'égard de divers sujets liés aux produits et aux services financiers;
- publier un document de consultation sur le code relatif aux cartes de débit à l'intention des intervenants pour déterminer comment l'Agence peut améliorer ses activités de surveillance au titre du Code de pratique canadien des services de cartes de débit.

Ainsi que nous faisons le bilan de l'année qui vient de s'écouler et que nous envisageons les défis de demain, je souhaite remercier les partenaires du secteur, les intervenants et les institutions financières sous réglementation fédérale pour leur collaboration et leur réceptivité continues.

J'aimerais tout particulièrement remercier les membres de mon personnel pour leur travail assidu et leur dévouement.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William C. Knight

cette capacité lorsque nous préparons des publications visant l'éducation des consommateurs. Nous demandons également aux spécialistes de la rédaction en langage simple de réviser le contenu de nos documents pour être sûrs qu'ils sont clairs et compréhensibles. Pour distribuer ces documents aux consommateurs, l'Agence s'adresse à diverses organisations qui travaillent avec les Canadiens vulnérables, comme le YMCA du Grand Toronto et l'Option consommateurs, et avec d'autres ministères et organismes fédéraux.

Outre des renseignements formulés clairement, les consommateurs sont en droit de recevoir une information complète sur les produits et les services financiers qu'ils se procurent. En 2005-2006, conformément au *Règlement sur le coût d'emprunt*, j'ai pris une décision qui fera en sorte que l'information complète soit désormais divulguée à tous les emprunteurs, y compris les coemprunteurs. Autrefois, les coemprunteurs et les cosignataires ne recevaient pas toujours la même information que l'emprunteur principal, et ce, même s'ils subissaient les mêmes conséquences pour leur pointage de crédit. Au sein du secteur, cette décision constitue un changement de taille. Nous travaillons avec les banques pour dresser et implanter des plans d'action dont l'objectif est de mettre en place les systèmes requis pour offrir un tel niveau de divulgation.

Pour protéger les consommateurs vulnérables, la Direction de la conformité et de l'application de l'Agence a mis l'accent sur l'accès des Canadiens aux services bancaires de base, comme le veut la réglementation adoptée à cet égard. Nous avons axé notre évaluation mystère sur l'accès aux services bancaires pour déterminer la mesure dans laquelle les banques s'acquittaient de leurs obligations. Afin de donner suite aux préoccupations recensées dans le cadre de l'évaluation mystère, l'Agence a ensuite travaillé avec le secteur pour dresser des plans d'action. Les plans seront mis au point en 2006-2007. Au cours de l'année, un des groupes avec lesquels l'Agence de la consommation en matière financière du Canada a travaillé était Social and Enterprise Development Innovations (SEDI), une organisation non gouvernementale dont les activités visent à

Je suis convaincu que la capacité financière est essentielle pour tous les citoyens voulant participer pleinement à la société canadienne.

réduire la pauvreté. Avec SEDI, nous avons commencé à nous pencher sur certaines des questions qui nuisent à la capacité des Canadiens à prendre des décisions éclairées en matière financière. Nous avons accordé une attention toute particulière à la notion de « capacité financière » définie comme étant la capacité à comprendre les questions financières de base et la capacité à appliquer ces connaissances pour prendre de bonnes décisions en matière financière.

En association avec les responsables de SEDI et du Projet de recherche sur les politiques du gouvernement fédéral, nous avons organisé le symposium « Les Canadiens et l'argent : Symposium national sur la capacité financière ». Ce symposium, qui s'est déroulé à Ottawa en juin 2005, a réuni plus de 150 spécialistes des secteurs public et privé et représentants de collectivités du Canada, des États-Unis et de pays européens. Les participants se sont penchés sur des questions liées à la capacité financière.

- Nous avons lancé un nouvel outil dans notre site Web. Il s'agit d'une foire aux questions qui traite d'un large éventail de sujets financiers. Les Canadiens peuvent l'utiliser pour obtenir des réponses à des questions fréquemment posées. Nous avons formé de nouveaux partenaires avec des organisations gouvernementales et non gouvernementales, et nous avons maintenu nos partenariats existants. Ils nous aident à assurer la liaison avec les collectivités partout au Canada.
- Nous avons révisé notre approche à l'égard du traitement des cas de conformité pour que nos méthodes soient plus adaptées aux situations et plus efficaces.

Pour joindre les consommateurs aux capacités de lecture et d'écriture limitées, l'Agence a adopté une approche à double volet : produire des renseignements accessibles et formuler en un langage simple, et les communiquer aux consommateurs qui en ont le plus besoin.

- Nous avons renforcé la conformité au *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* en obligeant les banques à préparer et à mettre en œuvre des plans d'action aux fins d'amélioration.
- De concert avec le secteur, nous avons travaillé pour améliorer la divulgation du coût d'emprunt à tous les emprunteurs et nous avons convenu d'une solution applicable à l'échelle du secteur pour assurer la communication de l'information aux emprunteurs multiples.

Aux prises avec un secteur financier de plus en plus complexe, un nombre croissant de Canadiens s'adressent chaque année à l'Agence de la consommation en matière financière du Canada pour obtenir des renseignements pertinents et objectifs. En 2005-2006, le nombre de communications que l'Agence a reçues de la part des consommateurs s'est accru de 38 p. 100 par rapport à l'année précédente. Près de 40 000 Canadiens ont communiqué avec nous l'année dernière, contre 29 000 en 2004-2005.

Je suis particulièrement fier de notre site Web, qui a reçu plus de 1,6 million de visites depuis que l'Agence a vu le jour. En 2005-2006, le nombre de visites a augmenté de 67 p. 100 : nous avons dénombré 760 000 visites au cours de l'année, ce qui représente en moyenne plus de 2 000 visites par jour. Ces résultats nous réjouissent. Nous poursuivrons nos travaux pour rendre la consultation de notre site Web encore plus facile et nous élaborerons d'autres outils interactifs.

Bien que notre site Web soit prisé par un bon nombre de Canadiens, nos publications doivent également être mises à la disposition de ceux qui ont sans doute le plus besoin de nos services, soit les Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Selon Statistique Canada, 42 p. 100 des Canadiens ont une capacité de lecture équivalente ou inférieure au niveau élémentaire. Si les consommateurs ont du mal à comprendre les documents qu'ils reçoivent, une composante importante de notre régime de protection des consommateurs est compromise.

Pour joindre ces consommateurs, l'Agence a adopté une approche à double volet : produire des renseignements accessibles et formuler en un langage simple, et les communiquer aux consommateurs qui en ont le plus besoin. Des membres de notre personnel continuent de travailler à la mise en place d'une capacité interne dans le domaine du langage simple, et nous faisons appel à

Lettre du commissaire

Grâce au mandat clair qui lui est confié pour protéger et informer les consommateurs de services et de produits financiers, et aux instruments adoptés pour mener à bien ses activités, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada repose sur des bases solides et est un organisme de réglementation des pratiques du secteur, qui est bien établi. Le présent rapport annuel me donne l'occasion de présenter les faits saillants qui ont marqué la dernière année d'activités écoulée.

Au moyen des efforts que nous déployons pour la liaison externe et l'éducation des consommateurs, nous avons aidé des dizaines de milliers de Canadiens à mieux comprendre le milieu financier lorsqu'ils sont appelés à prendre d'importantes décisions concernant les opérations bancaires, les hypothèques, les cartes de crédit et d'autres questions courantes. De même, en tant qu'organisme de réglementation, nous avons eu une véritable influence dans le secteur en intervenant pour améliorer la conformité aux lois sur la protection des consommateurs, aux codes de conduite volontaires et aux engagements publics. Suite aux travaux menés par l'Agence à cet égard, des centaines de milliers de consommateurs ont bénéficié directement des changements apportés à l'échelle du système, notamment l'utilisation d'un langage plus clair dans les documents d'information sur les pénalités pour rembourser anticipé des hypothèques et l'accès accru aux services bancaires de base.

Suite aux travaux de l'Agence, des centaines de milliers de consommateurs ont bénéficié directement des changements apportés à l'échelle du système, notamment l'utilisation d'un langage plus clair dans les documents d'information sur les pénalités pour rembourser anticipé des hypothèques et l'accès accru aux services bancaires de base.

Nous avons aussi continué de travailler avec nos collègues internationaux, avec qui nous avons beaucoup appris, par le biais du Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier. Ce forum a été mis sur pied par l'Agence de la consommation en matière financière du Canada en 2003; il a eu lieu cette année en Malaisie. Il permet aux participants d'échanger de l'information sur leurs pratiques exemplaires et d'exprimer leurs préoccupations communes. L'éducation et la protection des consommateurs en matière financière. Depuis sa création, le nombre de participants au Forum continue de s'accroître. Plus de 50 représentants en provenance de 35 pays étaient présents lors de sa dernière rencontre. Voici quelques exemples de projets que nous avons menés à bien et de nos réalisations en 2005-2006 :

- Nous avons mis au point un outil interactif en ligne qui aide les consommateurs à comparer les cartes de crédit et à choisir celles qui



Edifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

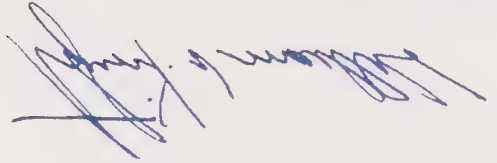
Le 22 septembre 2006

L'honorable James M. Flaherty, C.P., député
Ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0M6
Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1^{er} avril 2005 au 31 mars 2006, soit la quatrième année d'activités complètes de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire,



William G. Knight

Liste des figures, des tableaux et des schémas

Page

N° Titre

FIGURES

1	Distribution des publications de l'ACFC aux consommateurs.....	12
2	Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement.....	14
3	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2005-2006.....	25
4	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière sous réglementation fédérale, 2005-2006.....	25
5	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs.....	25
6	Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité.....	48
7	Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité.....	49

TABLEAUX

1	Utilisation du site Web de l'ACFC.....	13
2	Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la région géographique.....	24
3	Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2005-2006.....	31
4	Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie.....	30
5	Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite, aux engagements publics et au dépôt de documents.....	30
6	Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2005-2006.....	35
7	Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2005-2006.....	36
8	Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2005-2006.....	40
9	Questions relatives aux fermetures de succursales.....	41

SCHEMAS

1	Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC au 31 mars 2006.....	44
---	---	----

Table des matières

Lettre du commissaire	5
Le bilan de l'année	9
Aperçu	10
Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques	11
Direction de la conformité et de l'application	18
Au service des Canadiens	23
Questions qui préoccupent les Canadiens	24
Activités de l'ACFC	42
Rendement de l'ACFC	47
États financiers	50
Annexes	64
A : Glossaire	65
B : Dispositions et règlements visant les consommateurs	68
C : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC	72

Agence de la consommation en matière financière du Canada — Dans l'intérêt des Canadiens

Notre mandat

- Créée en vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada en octobre 2001, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités menées pour l'éducation des consommateurs.

Le commissaire

- William G. Knight a été nommé pour cinq ans lors de la création de l'ACFC en octobre 2001.

Notre place au sein du gouvernement

- L'ACFC est un organisme fédéral qui rend compte au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances.

Nos dépenses

- Pour 2005-2006, les dépenses de l'ACFC ont totalisé 7,3 millions de dollars. Les dépenses de l'Agence sont financées par les cotisations annuelles des institutions financières sous réglementation fédérale. Les cotisations versées par les grandes banques du Canada constituent la majorité des ressources budgétaires de l'Agence.

Points saillants pour 2005-2006

- Nous avons dénombré 766 426 visites de notre site Web, soit une moyenne de plus de 2 000 visites par jour.
- Nous avons distribué plus de 494 000 publications à la population canadienne, en ligne, par la poste et en personne.
- Nous avons répondu à 39 818 appels téléphoniques, courriels et lettres provenant des Canadiens et portant sur un large éventail de questions financières.
- Nous avons eu des entretiens avec environ 10 000 Canadiens de toutes les régions du pays au sujet des activités menées par l'ACFC pour protéger et informer les consommateurs.
- Nous avons fermé 1 385 dossiers traitant de questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics, ou concernant le dépôt des documents prescrits par règlement.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer d'autres exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'ACFC.

Téléphone
(Centre de communications avec les consommateurs)
Télocopieur
Courriel
Information
Site Web
Adresse

1-866-461-2232 (sans frais)
1-866-814-2224 (sans frais)

info@acfc.gc.ca
pub@acfc.gc.ca
www.acfc.gc.ca
Agence de la consommation en matière financière du Canada
Édifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)
© Monnaie royale du Canada 2006 — Tous droits réservés (images de pièces de monnaie)

N° de catalogue : FC1-2006
ISBN : 0-662-49320-6



L'ACFC diffuse des renseignements de différentes façons, par exemple au moyen de son site Web et d'outils interactifs, et de documents imprimés.



Agence de la consommation
en matière financière du Canada
Financial Consumer
Agency of Canada



Dans l'intérêt des Canadiens

Rapport annuel 2005-2006

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Canada

informer les Canadiens

protéger les consommateurs

